

Frauen ans Mikrofon! Analyse von und Maßnahmen gegen die Unterrepräsentanz von Speakerinnen

Einleitung

Die gleichberechtigte Teilhabe von Frauen am Arbeitsmarkt hat in Deutschland in den letzten Jahren beachtliche Fortschritte gemacht (Ahrens und Scheele 2021), dennoch bestehen weiterhin bedeutende geschlechtsspezifische Unterschiede in den Beschäftigungsmustern und in der Karriereentwicklung von Frauen und Männern (García-González et al. 2019; Schulz et al. 2016). Ein Bereich, der in dem Zusammenhang bislang wenig untersucht wurde, betrifft die Unterrepräsentanz von Speakerinnen. Speakerinnen sind hier verstanden als Frauen, die als Rednerinnen oder Vortragende bei Veranstaltungen auftreten. Diese Frauen verfügen über Fachwissen in einem bestimmten Bereich und teilen ihre Erfahrungen, Ideen oder Erkenntnisse mit dem Publikum (Robling 2007; Wilson 2018). Ihr Ziel ist es, Wissen zu vermitteln, Perspektiven zu eröffnen oder zu inspirieren (ebd.). Obwohl Events und Konferenzen wichtige Plattformen für Wissensaustausch, Networking und berufliche Sichtbarkeit sind, sind Frauen auf diesen Bühnen immer noch unterrepräsentiert (Casadevall und Handelsman 2014; SpeakerinnenListe 2024). Diese Diskrepanz ist bedeutsam, da sie nicht nur eine Frage der Gerechtigkeit und Chancengleichheit ist, sondern auch die Weiterentwicklung und Vielfalt in Wirtschaft, Wissenschaft und Gesellschaft beeinflusst. Für Gründerinnen ist die Sichtbarkeit als Speakerin besonders wertvoll, da sie nicht nur ihre Expertise und ihr Unternehmen ins Rampenlicht rückt, sondern auch den Zugang zu Netzwerken, Investor:innen und Kooperationsmöglichkeiten stärkt. Wer auf Bühnen präsent ist, wird als Meinungsführerin wahrgenommen – ein entscheidender Vorteil in der Positionierung und im Wachstum des eigenen Startups.

Daher fragt dieser Beitrag: Welche Faktoren beeinflussen die Erfolgchancen von Frauen als Speakerinnen auf Events? Und welche Maßnahmen können die Sichtbarkeit von Frauen als Speakerinnen erhöhen? Durch eine umfassende Analyse sollen Erfolgsfaktoren ermittelt werden, die dazu beitragen können, die Wirksamkeit und Sichtbarkeit von Frauen als Speakerinnen nachhaltig zu steigern. Die Relevanz von Rollenvorbildern soll hierzu

elaboriert werden, bestehende Geschlechterstereotype und Vorurteile werden identifiziert, um Barrieren zu durchbrechen und Frauen zu ermutigen, sich in diesem Bereich zu engagieren. Darüber hinaus geht es um die Entwicklung konkreter Handlungsempfehlungen für Veranstalter:innen, um Barrieren und Vorbehalte gegenüber der Einladung von Frauen als Speaker:innen gezielt angehen zu können.

Zunächst wird die Unterrepräsentanz von Frauen in den Bereichen Wissenschaft, Wirtschaft und Kunst & Kultur diskutiert und eine Übertragung dieser Bereiche auf die Gruppe der „Speakerinnen“ erörtert. Der empirische Teil wird daraufhin durch eine Erläuterung der Methodik eingeleitet und die gewählte Analysemethode nach Kuckartz vorgestellt. Die Empirie fokussiert sich auf sechs Experteninterviews mit Speakerinnen. Abschließend werden die Forschungsfragen diskutiert und Empfehlungen für die Praxis gegeben.

Zur Unterrepräsentanz von Frauen

Unterrepräsentanz von Frauen in Wissenschaft, Wirtschaft, Kunst & Kultur

Die Geschlechter- und Organisationsforschung liefert verschiedene Erklärungsansätze für die Unterrepräsentanz von Frauen, insbesondere in Führung: (1) Rollenerwartungen und Stereotype, (2) Institutionelle Barrieren und Care-Verpflichtungen, (3) Netzwerke, (4) Rollenvorbilder. Diese werden im Nachgang definiert, erläutert und in den Kontext gesetzt.

Rollenerwartungen und Stereotype

Rollenerwartungen sind gesellschaftliche Vorstellungen und Erwartungen, die bestimmen, wie Individuen sich basierend auf ihrer sozialen Rolle oder Identität verhalten sollen (Eagly und Wood 2012; Hannover 2006; Schneider 2004). Stereotype wiederum sind allgemein definiert Überzeugungen über die Merkmale, Eigenschaften und Verhaltensweisen von Mitgliedern bestimmter Gruppen (Carli et al. 2016; Nosek et al. 2012; Smyth und Nosek 2015). Beides erweckt Erwartungen über die Verhaltensweisen von, zum Beispiel, Frauen. Zudem führt die Anpassung an diese sozialen Rollen dazu, dass Männer und Frauen bestimmte Verhaltensweisen und Fähigkeiten entwickeln, die diesen Erwartungen entsprechen. Häufige Stereotype und Rollenerwartungen sind:

- *Frauen besitzen typisch „weibliche“ Eigenschaften:* Während Männern agentische Eigenschaften wie Führungsorientierung, analytisches Denken und Handeln, Wettbewerbsorientierung sowie Unabhängigkeit zugeschrieben werden, gelten Frauen als freundlicher, wärmer, verständnisvoller und hilfsbereiter und halten damit sogenannte kommunale Eigenschaften inne (Carli et al. 2016; Eagly und Karau 2002; Kaup 2015). Diese Assoziationen können dazu führen, dass ihre Fähigkeiten angezweifelt oder belächelt werden, sobald sie eine Rolle oder Tätigkeit anstreben, die nicht ihrem Stereotyp entspricht (Eagly und Karau 2002; Kaup 2015).
- *Frauen besitzen weniger fachliche Kompetenzen und Führungskompetenzen:* Trotz fehlender Beweise zeigen viele akademische Studien, dass das Stereotyp, wonach Frauen über weniger fachliche Kompetenzen verfügen als Männer, in vielen Branchen weit verbreitet ist (Carli et al. 2016; Kaup 2015; Schulz et al. 2016). Zudem werden Frauen als schlechtere Führungspersönlichkeiten wahrgenommen (BMFSJ 2011; García-González et al. 2019; Kaup 2015; Skelly und Johnson 2011).
- *Frauen sind durch Kinder eingeschränkt und weniger flexibel:* Frauen werden oft mit der Vorstellung konfrontiert, dass Familie und Kinder die Produktivität, Karriere- sowie Leistungsorientierung mindern (von Alemann 2007; European Commission 2016; Zuckerman 1991). Annahmen über eine mögliche Mutterschaft und damit verbundene Erwerbsunterbrechungen führen ebenfalls zu Benachteiligungen von Frauen (Alemann 2007).
- *Sexualisierte Sichtbarkeit:* Frauen in bestimmten Arbeitsumgebungen, insbesondere in technischen oder von Männern dominierten Bereichen, können unter einer sexualisierten Sichtbarkeit leiden (Lewis und Simpson 2010). Diese Sichtbarkeit überdeckt ihre fachliche Kompetenz und erschwert es ihnen, professionelle Beziehungen aufzubauen (Fernando et al. 2019; Simpson und Lewis 2005).

Institutionelle Barrieren und Care-Verpflichtungen

Institutionelle Barrieren sind strukturelle Hürden und Einschränkungen, die Frauen in der Arbeitswelt den Ein- und Aufstieg erschweren (Kaup 2015; Ohlendieck 2003). Die Literatur unterscheidet dabei zwischen sichtbaren und scheinbar unsichtbaren Barrieren (von Alemann 2007; Ohlendieck 2003; Wirth 2001). Sichtbare Barrieren können offizielle Regeln, organisatorische Strukturen oder kulturelle Normen darstellen (Kaup 2015; Ohlendieck 2003). Unsichtbare Barrieren, auch häufig als „gläserne Decke“ bekannt, sind wiederum unausgesprochene Hürden, die in der Regel nur von

Frauen zu überwinden sind (Abele 2013; Ohlendieck 2003; Wirth 2001). Dies gilt insbesondere, wenn die Organisationskulturen stark männlich geprägt sind. Solche unsichtbaren Hindernisse werden in den täglichen Routinen und Praktiken, in der Art des Humors und des Small Talks, in der Kleiderordnung und in sozialen Ritualen außerhalb der Arbeit begreiflich (Fernando et al. 2019). Eine weitere unsichtbare Hürde sind Einstiegsbarrieren, insbesondere in Branchen mit geringer weiblicher Präsenz (Kaup 2015). Eine Ursache dafür liegt in der homosozialen Rekrutierung, bei der Entscheidungsträger Kandidat:innen aus ihrer eigenen sozialen Gruppe bevorzugen, wobei die Präferenz auf Ähnlichkeiten mit sich selbst beruht (Abele 2013; BMFSJ 2011; Ohlendieck 2003). In der Personalbeschaffung zielt dieser Ansatz, bewusst oder unbewusst, darauf ab, Unsicherheiten bei Entscheider:innen zu minimieren, um das Risiko einer Fehlbesetzung zu minimieren (Abele 2013; Ohlendieck 2003). Da die meisten Entscheider:innen männlich sind, werden Frauen aufgrund ihrer Unähnlichkeit sowie bestehender stereotypen Vorstellungen über ihre Eignung hierdurch oftmals benachteiligt (Abele 2013; BMFSJ 2011; Ohlendieck 2003). Eine Folge kann der systematische Ausschluss aus bestimmten Berufsbereichen sein.

Care-Verpflichtungen beziehen sich auf die personenbezogene Fürsorge und Pflege, einschließlich der Aufgaben zur Versorgung, Erziehung und Betreuung von Kindern, Kranken und älteren Personen (Brückner 2010; Ferrant et al. 2014). Besonders griffig werden die Auswirkungen der Care-Arbeit auf Frauen beim Gender Pay Gap: Trotz des zunehmenden Bildungsniveaus und der gestiegenen Erwerbstätigkeit von Frauen bleibt die Lohnungleichheit zwischen den Geschlechtern ein persistentes Merkmal in jedem der untersuchten Bereiche (Wissenschaft, Wirtschaft, Kunst & Kultur) (Kaup 2015; Abele 2013; Schulz et al. 2016; Van den Brink und Benschop 2012). Dabei stellt die Vereinbarkeit von Familie und Beruf insbesondere für Frauen eine Doppelbelastung dar (Alemann 2007; Abele und Spurk 2011; Ferrant et al. 2014). Familienverpflichtungen können die Verfügbarkeit für berufliche Anforderungen einschränken, was sich negativ auf die Karriere- und Aufstiegschancen von Frauen auswirken kann (Kaup 2015). So ist Kontinuität ein wichtiger Faktor für beruflichen Erfolg. Karriereunterbrechung werden zum Nachteil für Frauen, da sie auch nach der Unterbrechung mit weniger Flexibilität und Verfügbarkeit assoziiert werden (Abele 2013; Brink und Benschop 2012; BMFSJ 2011).

Netzwerke

Ein Netzwerk kann im beruflichen Kontext als „eine Gruppe verbundener Austauschbeziehungen“ nach Cook und Emersons (1978) definiert werden.

Netzwerken bezieht sich auf das aktive Bestreben von Einzelpersonen, durch soziale Interaktion Beziehungen zu anderen Personen aufzubauen und aufrechtzuerhalten (Forret und Dougherty 2004; Wingender und Wolff 2019). Diese informellen Austauschbeziehungen schaffen Zugang zu beruflichen Ressourcen und haben das Potenzial, andere bei ihrer Arbeit oder Karriereentwicklung zu unterstützen (ebd.). Zahlreiche Studien belegen, dass Netzwerken positiv mit individuellem Karriereerfolg zusammenhängt, was sich in Indikatoren wie Gehaltsentwicklungen oder Beförderungen zeigt (Forret und Dougherty 2004; Wingender und Wolff 2019; Wolff und Moser 2009; Brink und Benschop 2012). Frauen verfügen dabei seltener über berufliche Netzwerke (Alemann 2007; Greguletz et al. 2019) und besonders interessant dabei ist, dass erhebliche Unterschiede hinsichtlich Vorgehensweisen und Resultaten des Netzwerkens existieren: Einerseits profitieren Frauen weniger von Netzwerken, was unter anderem daran liegt, dass sie oft aus wichtigen Informations-, Beziehungs- und Fördersystemen ihrer Organisationen ausgeschlossen sind (Haverbier und Weißels 2016; Greguletz et al. 2019). Andererseits investieren Frauen weniger in die berufliche Kontaktpflege, beispielsweise im Rahmen von geselligen Treffen oder Veranstaltungen außerhalb der Arbeitszeit (Forret und Dougherty 2001).

Einer der Gründe dafür liegt in der negativen Einstellung vieler Frauen gegenüber Netzwerken (Haverbier und Weißels 2016). Zudem sind die von Männern dominierten Unterstützungsnetzwerke häufig durch Homosozialität geprägt (Alemann 2007; Funken 2004; Ohlendieck 2003; Fernando et al. 2019). Besonders problematisch ist dies in informellen Netzwerken, die ohne formale Regularien und mit sensiblen Auswahlverfahren operieren und durch geschlossene Grenzen gekennzeichnet sind (Hitzer et al. 2005; Reitsamer 2011; Funken 2004).

Rollenvorbilder

Rollenvorbilder sind Individuen, deren Verhaltensweisen und spezifische Eigenschaften von anderen nachgeahmt werden (Shapiro et al. 1978; Morgenroth et al. 2015). Als inspirierende oder motivierende Personen können andere von ihnen lernen und gewünschte Verhaltensweisen übernehmen (Gibson 2004; Lockwood und Kunda 1997; Morgenroth et al. 2015). Gemäß Morgenroth et al. (2015, S. 3) besteht die Hauptaufgabe von Rollenvorbildern darin, sichtbar zu machen, wie man eine Fähigkeit ausführt und ein Ziel erreicht. Sie sind Verhaltensmodelle, die zeigen, wie man sich verhalten muss, um ein Ziel erreichen zu können. Sie sind auch Repräsentationen des Möglichen, die glaubhaft machen, dass ein Ziel erreichbar ist. Zudem treten sie als Inspiration auf, die zeigen, dass ein Ziel wünschenswert ist. In vielen

Studien wird angenommen, dass die Abwesenheit von Rollenvorbildern die Repräsentanz von Frauen negativ beeinflusst (Casadevall und Handelsman 2014; Morgenroth et al. 2015).

Unterrepräsentanz von Frauen auf Veranstaltungen

Die Unterrepräsentanz von Speakerinnen ist noch nicht ausführlich erforscht. Es gibt jedoch einige Studien, die die Unterrepräsentanz von Frauen auf wissenschaftlichen Veranstaltungen analysieren (Casadevall und Handelsman 2014; Falk und Hagsten 2022; Schroeder et al. 2013; Pell 1996; Walters 2018). Die Repräsentanz von Frauen auf Unternehmensveranstaltungen oder Events im Kunst- und Kulturbereich kann wiederum nur auf Basis von Online-Artikeln, Zeitungsartikeln und Internetrecherchen (SpeakerinnenListe 2024; Korbjun 2022; Lange 2023), jedoch nicht durch wissenschaftliche Literatur, betrachtet werden. Die Website speakerinnen.org listet beispielsweise über 647 Events aus unterschiedlichsten Branchen und betrachtet die Verteilung von Frauen und Männern. Deutlich wird über die Branchen hinweg: Frauen sind mit durchschnittlich unter 15 % deutlich unterrepräsentiert (SpeakerinnenListe 2024).

Bühnenauftritte können, aber müssen nicht unbedingt, mit dem Karriereerfolg in Verbindung stehen. Betrachtet man die vorhandenen Studien im wissenschaftlichen Bereich wird deutlich, dass Frauen als Rednerinnen auf Tagungen sowohl absolut als auch im Verhältnis zu den Teilnehmer:innen unterrepräsentiert sind (Casadevall und Handelsman 2014; Falk und Hagsten 2022; Pell 1996; Schroeder et al. 2013; Walters 2018). Dabei kommen die Studien zu unterschiedlichen Erkenntnissen: Falk und Hagsten (2022, S. 10) analysieren die Geschlechtervielfalt unter Keynote-Speaker:innen auf 162 wissenschaftlichen Konferenzen und stellen fest, dass ein Drittel aller Speaker:innen Frauen sind. Schroeder et al. (2013) betrachten das Geschlechterverhältnis auf dem Kongress der Europäischen Gesellschaft für Evolutionsbiologie 2011 und fanden heraus, dass weniger Frauen als Männer als Redner:innen eingeladen wurden. Dies wurde mit der Tatsache begründet, dass die Auswahl an Frauen in vielen natur- und ingenieurwissenschaftlichen Bereichen begrenzt sei (vgl. Schroeder et al. 2013, S. 2066). Jedoch kann die Prävalenz männlicher Redner bei Einladungen dazu beitragen, eine Assoziation zwischen „eingeladenen Redner:innen“ und „männlich“ zu verstärken, was wiederum zu einer geringeren Einladung von Frauen führt (vgl. Schroeder et al. 2013, S. 2068). Ein weiterer Grund für die Verzerrung des Geschlechterverhältnisses ist darauf zurückzuführen, dass weniger Männer als Frauen Einladungen ablehnen (vgl. Schroeder et al. 2013, S. 2066). So fällt es Frauen aufgrund möglicher Kinderbetreuungs- und/oder

Pflegepflichten im Vergleich zu Männern eventuell schwerer, zu Events zu reisen. Weitere Gründe wurden in der geringeren Selbstwahrnehmung und Selbstvermarktung insbesondere in Bezug auf die eigenen wissenschaftlichen Fähigkeiten gesehen. Die Studie von Casadevall und Handelsman (2014) schließlich betrachtet 460 Symposien mit 1845 Redner:innen auf zwei großen Tagungen für Mikrobiologie. Sie stellen fest, dass die Anwesenheit von mindestens einer Frau im Organisationsteam mit einem signifikant höheren Anteil an eingeladenen weiblichen Redner:innen korreliert und die Wahrscheinlichkeit einer rein männlichen Besetzung des Symposiums verringert.

Insgesamt verdeutlicht die aktuelle Studienlage die bestehende Unterrepräsentanz von Frauen auf wissenschaftlichen Veranstaltungen. Diese Arbeit soll dazu beitragen, die Unterrepräsentanz von Speakerinnen über den wissenschaftlichen Kontext hinaus zu verstehen und Maßnahmen zu entwickeln, um die Chancengleichheit und die Sichtbarkeit von Frauen auf Veranstaltungen zu erhöhen.

Methodik

Erhebungsmethode

In der Sozialforschung werden qualitative Interviews verwendet, um Expertenwissen über ein spezifisches Forschungsfeld zu ermitteln sowie subjektive Perspektiven zu erfassen und zu analysieren (Hopf 2013). Ziel dieses Beitrags ist es, Antworten auf Herausforderungen sowie mögliche Lösungsansätze für die Unterrepräsentanz von Frauen auf Bühnen zu identifizieren, um darauf aufbauend Handlungsempfehlungen für die Praxis geben zu können.

Für die Durchführung der Interviews wurde ein semistrukturierter Interviewleitfaden entwickelt (Gläser und Laudel 2010; Loosen 2016). Die Frauen sollten ihre persönlichen Beobachtungen und Erfahrungen mit der Unterrepräsentanz von Frauen auf Bühnen beschreiben, im nächsten Schritt wurden sie kategorisch nach ihren Erklärungen für dieses Phänomen gefragt. Diese Frage wurde bewusst zu Beginn gestellt, um die Frauen auf Basis der darauffolgenden feststehenden Themenblöcke nicht zu beeinflussen und im Nachgang prüfen zu können, ob die aus der Literatur identifizierten Begründungsmuster mit den ihrigen übereinstimmen und vergleichbar sind. Angelehnt an die Literatur umfasste der Interviewleitfaden offene Fragen zu den Begründungsmustern: Rollenerwartungen und Stereotype, Institutionelle Barrieren und Care-Verpflichtungen, Netzwerke sowie Rol-

lenvorbilder. Am Ende wurden die Interviewpartnerinnen zu persönlichen Erfolgsfaktoren und konkreten Lösungsansätzen befragt. Die Auswahl der Frauen erfolgte über ein gezieltes Sampling mit folgenden Kriterien. Die Speakerinnen sollten:

- sich selbst als Speakerin identifizieren,
- von Events als Speakerin gebucht werden,
- Expertise von mindestens drei Jahren oder 30 Events mitbringen und
- eine thematische Vielfalt abbilden und unterschiedliche Branchen repräsentieren.

Von zwölf angefragten Frauen gaben sechs Frauen eine positive Rückmeldung, um am Interview teilzunehmen. Die Interviewpartnerinnen repräsentieren ein breites Spektrum an professionellen Hintergründen, darunter Akademikerinnen, Unternehmerinnen, Führungskräfte, Aktivistinnen und Expertinnen in den Bereichen Kreislaufwirtschaft, Digitalisierung, öffentlicher Sektor, Beratung, Radsport, Mobilität, IT, Technologie, Eventmanagement sowie Verhaltensbiologie. Durch diese Vielfalt an Perspektiven sollte ein umfassendes Verständnis der Herausforderungen und Potenziale von Frauen als Speakerinnen auf Veranstaltungen erlangt werden. Die Interviews wurden von Januar bis Februar 2024 online via Video-Call durchgeführt und aufgezeichnet, sie dauerten zwischen 25 und 60 Minuten. Die Transkripte wurden mittels KI-Tool Transkriptor erstellt und im Nachgang mit den vorhandenen Aufnahmen abgeglichen und berichtigt.

Analysemethode

Die transkribierten Interviews wurden mittels qualitativer Inhaltsanalyse nach Kuckartz (2018) ausgewertet. Dieser Ansatz erlaubt eine deduktive Kodierung, bei der die aus der Literatur vordefinierten Kategorien verwendet werden, um spezifische Aspekte im Datenmaterial zu identifizieren und zu klassifizieren. Nach Kodierung wurden die Unterkategorien bestimmt. Hierzu wurden die ausgewählten Textstellen erneut analysiert und induktiv auf Basis der Transkripte Unterkategorien gebildet. Um eine möglichst genaue Analyse zu liefern, wurde das gesamte Material anhand des neu erarbeiteten und ausdifferenzierten Kategoriensystems noch einmal kodiert und angepasst.

Ergebnisse

Analyse der Unterrepräsentanz von Speakerinnen

Rollenerwartungen und Stereotype

Ein zentrales Ergebnis der Interviews ist die Identifizierung von Erwartungen an das Verhalten von Frauen auf der Bühne, die auf gesellschaftlichen Rollenklischees beruhen. Ein erster genannter Faktor ist die weibliche Kompetenz, welche häufig sowohl implizit als auch explizit hinterfragt und angezweifelt wird (I2; I3; I4; I6). Dies äußert sich beispielsweise durch das proaktive Einmischen in bereits fertiggestellte Präsentationsfolien durch die Veranstalter:innen:

„Die Organisation hatte darum gebeten, dass ich denen meine Slides vorab schicke, und ich habe dann wirklich eine Slide per Slide kommentierte Antwort bekommen, auch welche Slides ihnen unpassend erscheinen und ich rausnehmen sollte, wo sie halt auch überhaupt einfach nicht verstanden hatten, was diese Slide aussagen sollte. Aber statt einfach nachzufragen, fand ich das natürlich eine absolute Frechheit, mir da reinzureden [...]. Und bin mir auch nach wie vor sicher, dass das einem männlichen Kollegen nicht passiert wäre.“ (I2, S. 4)

Weiterhin äußern sich Geschlechterstereotype durch herabwürdigende und skeptische Blicke sowie Körperhaltungen von Zuschauenden gegenüber den Speakerinnen (I4; I6) oder auch durch explizites Feedback im Nachgang, das klar darauf hindeutet, dass aufgrund des äußeren Erscheinungsbildes und des Geschlechtes auf weniger Kompetenz geschlossen wurde:

„Nach diesem Vortrag ist dann einer der Teilnehmer auf mich zugekommen und hat gesagt: ‚Ich muss es Ihnen ganz ehrlich sagen, als ich Sie da auf die Bühne gehen habe gesehen, habe ich mir gedacht, was will denn dieses Mädchen mir erzählen? Aber Sie haben mich wahnsinnig beeindruckt!‘“ (I6, S. 2)

Das Beispiel zeigt deutlich einen negativen Bias gegenüber der weiblichen Speakerin und ihrer Kompetenz. Im Nachgang erzeugt dieser zwar einen „positiven“ Überraschungseffekt, signalisiert aber, dass der Teilnehmer an der Kompetenz der Speakerin, ohne sie zu kennen, aufgrund von augenscheinlichen Eigenschaften zweifelte.

Ein zweites Phänomen ist die Kategorisierung der Frauen in bestimmte berufliche Themenbereiche. So berichten Speakerinnen, dass Frauen häufig für Themen wie Kommunikation, Klimabewegung oder digitale Ethik angefragt werden, während technologische Branchen wie beispielsweise die Stahlindustrie weniger mit weiblichen Speakerinnen assoziiert werden (I3; I4; I5). Des Weiteren listen die Frauen eine Reihe von präskriptiven Erwar-

tungen, die sie wahrnehmen. Beispielsweise wird von Frauen erwartet, dass sie rücksichtsvoll und nicht zu konfrontativ auftreten sollten (I1; I2; I3), zudem wird von ihnen eine höhere Servicebereitschaft gefordert, Dinge noch einmal zu überarbeiten oder Extraaufwand zu leisten (I1; I2). Ein weiterer Aspekt ist die sexualisierte Sichtbarkeit, die sich in einer besonders negativen wie auch „positiven“ Aufmerksamkeit gegenüber dem äußeren Erscheinungsbild und Auftreten von Frauen äußern kann. Frauen werden beispielsweise aufgrund ihrer Stimme (I3), Körpergröße (I6), Körperhaltung (I6) oder des Gewichts (I2) häufiger be- und verurteilt. Ihr Aussehen wird sexualisiert:

„Also tatsächlich geht es schon bei der Stimme manchmal los, dass gesagt wird: ‚Ich kann die nicht so gut hören‘ oder: ‚Ich kann denen nicht zuhören‘“ (I3, S. 3)
 „Ich habe es erlebt, dass Frauen für schwanger gehalten wurden, die einfach nur eine Kleidergröße mehr hatten und ihnen kein Sekt beim Empfang gereicht wurde und halt die wildesten, stereotypischsten, beleidigenden Dinge. Bis hin zu einer besonderen positiven Aufmerksamkeit, die auch sexistisch ist im Sinne von: ‚Oh, das ist aber toll, dass wir eine Frau gefunden haben, die so viele schlaue Dinge sagen kann‘“ (I2, S. 3)

Zudem kann es vorkommen, dass Frauen objektifiziert werden, indem sie eine bewusste Einmischung in die Wahl ihrer Outfits erfahren und gebeten werden, beispielsweise Anzüge in verschiedenen Farben mitzubringen, um sicherzustellen, dass sie zum Bühnenbild zu passen (I2).

Die Herausforderungen, die aus den oben genannten geschlechterspezifischen Anforderungen und Stereotypen entstehen, können das Selbstvertrauen der Frauen beeinträchtigen und somit zu weniger ergriffenen Chancen führen (I2; I3; I4; I5; I6). Insbesondere das von Frauen berichtete erhöhte Misstrauen gegenüber ihrer Kompetenz (I1; I2; I4; I6) verstärkt Zweifel. Eine Folge kann die Zurückhaltung und Ablehnung von Aufträgen (I2; I3; I4; I5; I6) sein, oder auch die Verstärkung des Imposter-Syndroms, dass Frauen daran hindert, sich selbst zu vertrauen und ihre Fähigkeiten anzuerkennen (I2). Die Erwartungen in Bezug auf die Servicebereitschaft (I1; I2) signalisieren Frauen zudem einen höheren Arbeitsaufwand sowie eine Geringschätzung ihrer bereits geleisteten Arbeit. Obwohl viele Frauen diese Erwartungen bereitwillig erfüllen (I1; I2), kann diese Anforderung ein Gefühl von Ausbeutung und Nichtsausreichens hervorrufen. Ferner sind die meisten Veranstaltungen und Bühnenanforderungen an männlichen Normen orientiert, d.h. auf technische oder logistische Bedürfnisse von Frauen sind Veranstaltende seltener vorbereitet. Frauen erhalten somit implizit die Botschaft, dass diese Umgebungen nicht für sie gedacht sind. Die daraus fol-

genden unangenehme Situationen können Frauen zusätzlich einschüchtern und die Hemmschwelle für zukünftige Auftritte auf der Bühne erhöhen:

„I'm thinking about some of the less friendly furniture that I have encountered. Podiums that are far too high to see over. Also, the clips and so on where you're supposed to have a trouser waistband, and if you don't it's really a problem, there's some sort of comical stuff with having wires drop down your dress and things like that. I mean, I think it happens often.“ (I1, S. 2)

Schließlich führt die Erwartung, dass Frauen sich rücksichtsvoller verhalten insbesondere mit Blick auf Zeitlimits, dazu, dass Männer oftmals weniger darauf achten, Frauen in Diskussionen und Panels angemessen einzubeziehen (I1). Diese Klischees können Frauen entweder davon abhalten, sich überhaupt zu beteiligen, oder wenn sie es tun, zu tiefer Unsicherheit während ihrer Teilnahme führen (I1).

Institutionelle Barrieren und Care-Verpflichtungen

Eine in der Eventbranche häufig vorkommende Barriere für Rednerinnen liegt bereits im Auswahlverfahren (I1; I3; I4). So geht eine interviewte Speakerin davon aus, dass Frauen in niedrigeren Positionen oder mit weniger sichtbaren Titeln weniger Chancen haben, als Speakerinnen aufzutreten oder hochkarätige Auftritte zu erhalten – selbst wenn sie durch nicht formal verbriefte Erfahrungen oder Fähigkeiten durchaus dazu geeignet wäre (I1). Dieser Aspekt geht einher mit einer Intransparenz in der Vergütung. So erhalten Frauen im Vergleich zu Männern oft weniger Gage für ihre Leistung (I1; I3; I4), ohne zu wissen, von welchen Kriterien ihre Bezahlung tatsächlich abhängt:

„Es ist ein offenes Geheimnis, dass bestimmte Menschen, in Anführungszeichen Männer, fünfstellige Beträge kriegen. Warum auch immer, wo immer sich das bemisst. Und da wünsche ich mir [...] so Tabellen, keine Ahnung, für einen Vortrag sollte man das nehmen als Junior, Senior, High Professional. Dass da sowohl Kund:innen als auch diejenigen, die den Vortrag halten, wissen, was Sache ist.“ (I3, S. 4)

Eine weitere Barriere für Frauen stellen die bestehenden, männlich dominierten Datenbanken für Sprecher:innen dar. Für die Auswahl von Speaker:innen greifen viele Veranstalter:innen auf Bestandsressourcen wie Datenbanken, Listen, Netzwerke o.ä. zurück. Eine Speakerin begründet die Bevorzugung von Speakern mit historisch männlich gewachsenen Strukturen (I6, S. 1–2). Während Veranstalter:innen bestrebt sind, das Programm zügig zu besetzen, sind Vermittlungsagenturen für Sprecher:innen ebenso bemüht, erfolgreiche und schnelle Vermittlungen vorzunehmen. Vermittlungsagen-

turen kommen dann zum Einsatz, wenn die Veranstaltenden keine richtigen Speaker:innen finden oder diesen Teil der Planung auslagern. Wenn der Diversitäts- und Geschlechtergleichheitsaspekt von beiden Stakeholdern als nicht relevant eingestuft wird, neigen beide dazu, männliche Kandidaten zu bevorzugen, da dies auf Basis der vorhandenen Ressourcen als einfacher erachtet wird (I1; I3; I5; I6):

„Auch Agenturen bevorzugen Männer. Was heißt ... sie bevorzugen es vielleicht nicht unbedingt, aber sie empfehlen eher Männer, weil sie wissen, dass Männer eher genommen werden und Agenturen vor allem Interesse daran haben, einen Vertrag abzuschließen und jetzt nicht unbedingt Frauen auf die Bühne zu bringen, das ist einfach nicht ihr Auftrag oder sie sehen es nicht als Auftrag.“ (I5, S. 3)

Auch wiederkehrende Machtstrukturen, werden als Hindernis für Frauen genannt, da diese die Fortführung von männlichen Führungspositionen begründen (I2; I3), sich wiederholen und zur fortwährenden Unterrepräsentanz führen:

„Es ist immer noch so, dass sich einfach Machtstrukturen fortsetzen. In bestimmten Bereichen haben Männer eher Führungspositionen inne. Und es gibt insgesamt eine Unterrepräsentanz von Frauen. Und das führt zum Mangel an Wahrnehmung von Frauen in dem Bereich. Und dann, wenn Menschen Speaker:innen suchen für Events und selber nicht so erfahren sind oder sich eben nicht feste Kriterien gesetzt haben, dann führt das dazu, dass es in der Regel einfach leichter ist, Männer zu finden und einzuladen.“ (I2, S. 2)

Damit verbunden kann die zu leistende Care-Arbeit ein Hindernis für Speakerinnen darstellen, da immer noch überwiegend Frauen die Verantwortung für die Care-Arbeit tragen (I1; I3; I6). Frauen mit Care-Verpflichtungen schildern eine unzureichende und mangelnde Infrastruktur zur Unterstützung, sowohl aus gesellschaftlicher Perspektive als auch seitens der Veranstaltenden (I1; I3; I6). Insbesondere fehle es an attraktiven Angeboten und Möglichkeiten der Entlastung (I3). Ganz konkret bemängeln die Speakerinnen zudem die fehlende Kinderbetreuung auf Events sowie die hohe Konzentration an Veranstaltungen zu „Event-Zeiten“: März bis Juni sowie September bis November (I1), die eine intensive zeitliche Dichte darstellt und die Teilnahme und Planung für Speakerinnen erschwere. Die Ungleichheit in der gesellschaftlichen Wahrnehmung von Care-Arbeit wird ebenfalls thematisiert (I3): Die Care-Arbeit von Frauen wird weniger positiv bewertet und gesellschaftlich honoriert im Vergleich zu der von Männern:

„Also, wenn ich auf die Bühne meinen manchmal sabbernden Papa mitschieben würde und sagen würde: Ja, die Pflegekraft ist nicht gekommen. Ich glaube, das würde nicht so cool rüberkommen, wie ein Mann, der sein Baby

umgeschallt hat und sagt: „Hey, Kindergarten ist zu“. Der wird gefeiert.“ (I3, S. 5)

Männer, die in ähnlichen Positionen arbeiten, hätten ferner oft ein besseres Unterstützungssystem, was es ihnen erleichtert, ihre Speakeraufgaben sorgenfreier zu bewältigen (I1, S. 6). Bei Frauen wiederum erhöht die Notwendigkeit, selbstständig Lösungen zu finden, häufig den organisatorischen Aufwand und die emotionale Belastung (I1; I3; I6). Schließlich können mögliche eingeschränkte Flexibilität und Verfügbarkeit, resultierend aus zusätzlicher Care-Arbeit, dazu führen, dass Frauen weniger spontan reagieren und weniger flexibel in Bezug auf Reisen und kurzfristige Anforderungen sind (I1; I3; I6). Auch die hohe Dichte an Veranstaltungen kann zum Ausschluss von Menschen mit Care-Aufgaben führen, da diese ohne am Veranstaltungsort gegebene oder zu Hause vorhandene Infrastruktur, nicht für Tage am Stück unterwegs sein können und somit Aufträge ablehnen müssen (I1).

Netzwerke

Die Interviews verdeutlichen die zentrale Bedeutung von Netzwerken für Speakerinnen (I1, I2; I3; I4; I5; I6). Zwar erfordern der Aufbau und die Pflege eines umfangreichen Netzwerks Zeit und Geduld, es ist jedoch von entscheidender Bedeutung für den Zugang zu neuen beruflichen Chancen und Unterstützungsmöglichkeiten (I1; I2; I3; I5). Dabei unterscheiden die Interviewpartnerinnen zwischen virtuellem und analogem Netzwerkaufbau. So baut beispielsweise I5 ihre Marke hauptsächlich über die Social-Media-Plattform LinkedIn auf und generiert dadurch ihre Kund:innen (I5). Auch ein analoges Netzwerk erfordert regelmäßige Pflege, etwa durch persönliche Treffen oder hybrid mit Online-Meetings (I1; I2; I4; I6). Beide Formen können, wenn gut etabliert, die Sichtbarkeit von Speakerinnen enorm steigern (I1; I5). Denn nicht nur die Qualifikation, sondern auch das Netzwerk selbst kann über mögliche Jobvergabe entscheiden (I1; I5): „Ich habe in meinem Leben noch keine einzige Akquise gemacht. Für mich ist es halt wichtig auf LinkedIn, weil man so eben auch seine Marke aufbauen kann“ (I5, S. 6).

Netzwerke ermöglichen zudem den Erfahrungs- und Wissensaustausch unter Gleichgesinnten (I4). Und schließlich dienen Netzwerke als eine Art „Akkuladestation“, die Kraft und Energie durch den gemeinsamen Austausch bieten (I3), was dazu beiträgt, selbstbewusst und motiviert in der beruflichen Tätigkeit aufzutreten. Die Kombination aus digitalen und persönlichen Netzwerken ist für viele Speakerinnen bedeutend (I1; I2; I4, I5). Während digitale Plattformen wie LinkedIn zur nicht zeitlich und örtlich

gebundenen Markenbildung beitragen können, fördern persönliche Kontakte intensive Beziehungen und Empfehlungen (I1; I2; I3; I4; I5; I6).

Die Interviews zeigen, dass der Zugang zu etablierten und institutionellen, d.h. nicht eigens kreierte Netzwerken, mit verschiedenen Eintrittsbarrieren verbunden ist. Eine häufig genannte Hürde ist die Exklusivität und Bekanntheit etablierter Netzwerke (I1; I2; I3). Diese Netzwerke basieren oft auf bereits bestehenden Beziehungen, einem gewissen Ruf und undurchsichtigen Eintrittskriterien, wodurch die Aufnahme in diese Kreise herausfordernd sein kann (I4). Darüber hinaus legen einige Netzwerke hohe Anforderungen an die akademische Herkunft oder den sozialen Status der Mitglieder (I2; I5), was Personen aus bestimmten Bevölkerungsgruppen oder Bildungshintergründen ausschließt (I2; I6). Ein weiterer wichtiger Aspekt sind die Kosten und die damit verbundene Exklusivität mancher Netzwerke: Hohe Mitgliedsbeiträge machen diese Netzwerke für einige Menschen unerschwinglich (I3; I5).

Rollen Vorbilder

Die Interviewten gingen unterschiedlich stark, jedoch nicht sehr detailliert und aussagekräftig, auf die Relevanz von Rollenvorbildern ein. Nur eine Speakerin nannte die Tatsache, dass es aus ihrer Sicht zu wenige Rollenvorbilder gibt. Den Grund hierfür sieht sie in dem Fakt, dass Frauen zu wenig die Bühne geboten wird (I1, S. 6). Zwar waren sich fast alle einig, dass Rollenvorbilder wichtig seien, dennoch konnten nur zwei Interviewpartnerinnen konkrete Personen nennen, zu denen sie aufschauen (I2; I3). In diesen Fällen dienen Rollenvorbilder als Inspiration und zeigen, was möglich ist. Indem man erfolgreiche Personen in ähnlichen Positionen sieht, erkennt man, dass auch eigene Ziele und Träume realisierbar sind. Vorbilder schaffen Sichtbarkeit für Personengruppen, die in einer Rolle sonst kaum bis gar nicht vertreten sind und können den Glauben an die eigenen Fähigkeiten stärken, neue Perspektiven eröffnen und Wege für andere bahnen:

„Also, wenn du auf einmal jemanden, der du sein könntest, auf der Bühne siehst, merkst du vielleicht: ‚Wow, das kann ich ja vielleicht auch!‘ Also ich habe eine Bekannte, die so ein bisschen stottert. Und die meinte, das hat total den Aufruhr gegeben unter Menschen, die stottern: ‚Ja, ich kann ja theoretisch auch Speakerin sein, obwohl ich stottere!‘“ (I3, S. 8)

Vorbilder haben folglich das Potential, Eintrittsbarrieren abzubauen und neue Möglichkeiten zu schaffen. Eine Speakerin wiederum betonte, dass sie bewusst keine Rollenvorbilder habe, um sich selbst zu entfalten und nichts und niemandem nachzuahmen (I4). Sie bekräftigte, dass sie es für wichtig empfindet, den eigenen Weg zu finden und nicht anderen nachzueifern.

Selbstbewusstsein und die Entwicklung des eigenen Stils werden in ihren Augen als wichtiger erachtet als das Nachahmen von Rollenvorbildern (I4). Auf die Frage, ob sie Rollenvorbilder im Bereich des Sprechens habe, antwortete sie:

„Wir sind viel zu sehr manchmal extern fokussiert, ich glaube es ist viel wichtiger, vor allem im Speaker-Bereich, anstatt zu gucken, was andere machen und dann versuchen sich denen anzuhneln, dein Eigenes ich zu finden und zu erschaffen. [...] Am Ende des Tages muss man was Neues oder was Eigenes gestalten, ansonsten ist man eine Kopie von was anderem.“ (I4, S. 4–5)

Bei den konkreten Eigenschaften möglicher Rollenvorbilder waren sich die Teilnehmenden wiederum sehr einig. Drei Eigenschaften, die Rollenvorbilder im Bereich des Sprechens mitbringen sollten, sind fachliche Kompetenz, Authentizität in Form eines eigenen Stils und die zielgerichtete Orientierung am Publikum (I1; I2; I3; I5; I6). Die fachliche Kompetenz zeichnet sich gemäß der Interviewten in der Expertise der Sprechenden wieder. Rollenvorbilder besitzen tiefes Wissen in einer spezifischen Nische und gelten als besonders inspirierende und erstrebenswerte Persönlichkeiten, sofern sie in der Lage sind, komplexe Themen verständlich und prägnant zu vermitteln (I2; I3; I6). Authentizität und eine eigene Persönlichkeit sind weitere wichtige Merkmale von Rollenvorbildern (I2; I3; I5; I6). Vorbilder verstellen sich nicht, sondern nutzen ihren persönlichen Charakter und Stil, kombiniert mit fachlicher Expertise, um somit eine echte Verbindung durch Nahbarkeit und Authentizität zu schaffen. Schließlich zeigen Rollenvorbilder ein starkes Interesse an dem Publikum und schaffen einen Mehrwert für genau dieses, indem sie ihre Bedürfnisse verstehen und ihre Präsentation entsprechend anpassen, um eine Verbindung herzustellen und Betroffenheit zu erzeugen (I1; I3; I5).

Maßnahmen & Lösungswege

Die Interviewten nannten unterschiedliche Möglichkeiten, um den identifizierten Hürden und Herausforderungen entgegenzuwirken. Es zeichnete sich deutlich ab, dass persönlichen und selbstinitiierten individuellen Lösungsmaßnahmen ein großer Teil an Erfolg zugesprochen wurde (I1; I2; I4; I5; I6). Somit zeigten die Frauen, dass das Warten auf ein verändertes System kein Grund dafür ist, auf eine Rolle als Speakerin zu verzichten.

Persönliche Erfolgsfaktoren

Die persönlichen Erfolgsfaktoren der Speakerinnen verdeutlichen die Vielfalt an Fähigkeiten und Eigenschaften, die für den Erfolg in diesem Bereich

von Relevanz sind. Als ein wesentlicher Aspekt wird die individuelle Vorbereitung auf die jeweilige Veranstaltung benannt (I1; I2; I3; I4; I5; I6). Während die einen dabei mit Standardvorlagen arbeiten, die sie je nach Bedarf und Veranstaltung anpassen (I4; I5), betonen andere die Notwendigkeit, sich auf jeden Auftrag individuell vorzubereiten und neue Themen einfließen zu lassen (I1; I2; I3; I6), da das auch die eigene Motivation steigern lasse (I6, S. 3).

Mut und Eigeninitiative (I1, I2, I4, I5), das eigene Thema voranzutreiben und sich aktiv neue Chancen zu verschaffen, spielen ebenfalls eine entscheidende Rolle und scheinen ein sichtbares Merkmal erfolgreicher Speakerinnen zu sein. Zudem werden eine starke intrinsische Motivation und Leidenschaft (I3, I4, I6) als weitere Schlüsselkomponenten des Erfolgs benannt. Viele Speakerinnen streben nach echter Veränderung und möchten einem breiten Publikum relevante Themen näherbringen. Diese Eigenmotivation und Leidenschaft treibt sie an (I3, I4, I6). Schließlich ist die Offenheit für Feedback und kontinuierliches Lernen (I4, I6) von großer Bedeutung. Die interviewten Speakerinnen sind bereit, konstruktives Feedback anzunehmen und sehen es als Ansporn, dieses für ihre persönliche Weiterentwicklung zu nutzen. Sie betrachten frühe Rückschläge als Chancen zur Verbesserung und stehen neuen Lernmöglichkeiten offen gegenüber. Sie nutzen jede Gelegenheit als Übungsmöglichkeit (I1; I2; I4; I6). Zudem greifen sie maßgeblich auf ihre vorhandene Fachexpertise zurück (I1; I2; I3; I4; I5; I6).

Ferner kann das bewusste Brechen geschlechterstereotyper Erwartungen den Interviewten zufolge helfen: Speakerinnen die sich bewusst sind, dass sie in bestimmten Kreisen als „Mädchen“, „unerfahren“ oder „ungeeignet“ eingestuft werden, stellen mittels bewusster Betonung ihre Erfahrungen, ihren beruflichen Werdegang oder ihre Expertise dar. Sie probieren sich nicht zu rechtfertigen, noch kleiden sie sich „seriöser“. Sie lassen ihren Lebenslauf für sich sprechen und erzeugen somit einen positiven Überraschungseffekt. Eine weitere Speakerin rät dazu, Körpersprache als bewusstes Mittel gegen Stereotype einzusetzen. Frauen sollen selbstbewusst, groß und präsent auf die Bühne treten, um nicht schüchtern und ängstlich zu wirken. Gegenüber sexualisierter Wahrnehmung jedoch braucht es seitens der Frauen ein „dickes Fell“ und die Fähigkeit sich nicht auf diese beschränken zu lassen. Stattdessen sollten Frauen, gemäß dem Motto: „Every opportunity is a test of competence“ (I1, S. 7) ihre Fähigkeiten in den Fokus stellen. Im Umgang mit Stereotypen zeigte eine Speakerin ferner einen konstruktiven Optimismus, bei dem negative Kommentare gefiltert als Feedback betrachtet werden, um daraus zu lernen und gestärkt hervorzugehen. Harsche Kommentare werden nicht persönlich genommen, sondern als Herausforderung

mit einer positiven Einstellung betrachtet (I6, S. 2–3). Eine weitere Art und Weise, mit Stereotypen umzugehen, ist das bewusste „Spielen“ mit diesen Klischees (I4; I3; I6):

„Ich spiel tatsächlich auch genau diese Type. [...] Also bei älteren Männern, das sehe ich immer so, auf der Bühne. Ja, und da merke ich, richtig: ‚So, was will denn die mir jetzt erzählen?‘ Ja, und ich fang immer mit meinem Lebenslauf an und das soll sich jetzt nicht arrogant anhören, aber nach meinem Lebenslauf habe ich dann selbst die Aufmerksamkeit von denen. Also sehr oft kommt so: ‚Die junge Blonde, jetzt haben wir da eine Frau stehen, was hat die mir noch zu erzählen?‘“ (I4, S. 2)

Da, abschließend, Empfehlungen von anderen Sprecher:innen, Veranstaltenden oder Branchenkolleg:innen die Glaubwürdigkeit und das Vertrauen in eine potenzielle Speakerin enorm stärken können, ist es wichtig für Frauen, ein Bewusstsein für die Relevanz von Netzwerken und der Pflege von Kontakten zu schaffen. Hierzu gilt es, sich wöchentlich Zeit zu nehmen, um bestehende Kontakte zu pflegen und das Netzwerk zu erweitern, um neue Menschen kennenzulernen, die Ähnliches in ähnlichen Bereichen tun. Diese Austausche können live, virtuell oder passiv via Nachrichten und E-Mails passieren.

Zusammenfassend zeigten alle Speakerinnen eine hohe intrinsische Motivation, die sich in einem Kampfgeist und dem Willen, die eigenen Themen nach vorne zu bringen, widerspiegelt. Dies ermöglicht es ihnen, Herausforderungen konstruktiv zu bewältigen und ihr Selbstwertgefühl zu stärken.

Strategien zur Verringerung von strukturellen Hürden

Um strukturelle Hürden zu beseitigen, benennen die Interviewpartnerinnen in erster Linie die Veränderung des Veranstaltungsrahmens: die Rolle der Veranstaltenden, das Format sowie die Bedingungen der Veranstaltung. Es besteht eine klare Erwartungshaltung seitens der Befragten, eine Geschlechterbalance von mindestens 30 % auf Veranstaltungen umzusetzen, um eine inklusivere und vielfältigere Atmosphäre zu gewährleisten (I2; I3; I5; I6). Organisator:innen werden hierzu in die Verantwortung gezogen und als Umsetzer:innen dieser Forderung angesehen (I2; I3; I5; I6). Die Rolle der Veranstaltenden soll somit über die reine Organisation hinaus reichen und die Inklusion von Frauen in Speakerinnenrollen als Bestandteil sehen. Dies erfordert zusätzlichen Aufwand und das Erfinden von Strategien, die ein Umfeld für Frauen auf Veranstaltungen ergeben. Eine Sprecherin berichtet von ihrer Zeit als Mitorganisatorin von der folgenden Strategie:

„Und ich habe ja nicht nur die Rolle, dass ich viele Vorträge halte, sondern ich bin auch Präsidentin einer wissenschaftlichen Gesellschaft und davor war ich Vizepräsidentin und war dafür verantwortlich, das wissenschaftliche Programm zusammenzustellen. [...] Also wir haben so eine ewige Vortragendenliste, wen würden wir denn gerne einladen zu unseren Kongressen, und ich hab mir dann verboten, weil natürlich vollkommen geschlechterunabhängig, uns zuerst die Männer einfallen. [...] Nämlich auf diese ewige Liste durfte erst wieder ein Männername eingetragen werden, wenn ich 2 Frauennamen eingetragen hatte [...]. Und das war wahnsinnig erfolgreich. Also wir sind mittlerweile tatsächlich bei einem weiblichen Überhang bei den geladenen Vorträgen.“ (I6, S. 2)

Auch wird betont, dass sowohl Frauen als Speakerinnen bei Absage Frauen weiterempfehlen sollten (I3; I4, I6), aber auch Veranstaltende nach Absage von Frauen proaktiv nach Frauen suchen sollten (I1; I2; I5; I6). Bei der Planung von Veranstaltungen kann spezifisch auf Frauen geachtet werden: von den technischen und logistischen Gegebenheiten bis hin zur mehr Diversität in den Vortragsformaten. Weg von ausschließlichen Vorträgen und Panels, hinzu Fire Side Chats oder Q&A Sessions, die einen offenen Austausch auf Augenhöhe ermöglichen und somit die Barrieren für Frauen senken und so das Interesse eines breiteren Publikums gewinnen können (I1). Zu optimierten Bedingungen zählen ein gutes Timing der Veranstaltung, beispielsweise die Wahl des Datums nicht unmittelbar in Zeiten, in denen die Kumulation an Veranstaltungen bereits sehr hoch ist (I1). Auch die Transparenz im Auswahlverfahren und Pricing stellen weiterhin eine ganz klare Forderung von Speakerinnen seitens der Veranstaltenden dar (I1; I3; I4). Neben diesen Maßnahmen sollten Veranstaltende entsprechende Infrastrukturen schaffen, damit Frauen mit Care- Verpflichtungen teilnehmen können. Dies umfasst beispielsweise die Bereitstellung der Kinderbetreuung während der Veranstaltung, aber auch die Bereitschaft, verschiedene Formate (virtuell oder vor Ort) anzubieten, um eine flexible Option an Teilnahmen zu ermöglichen.

Ein weiterer wichtiger Aspekt ist die Prävention von Sexualisierung. Veranstaltende sollten proaktiv eine inklusive Umgebung schaffen, und involvierte Parteien, wie Technik- sowie Logistikdienstleistende, mit in den Prozess einbeziehen und briefen. Bühnensettings sowie die gesamte Technik – und Bühnenlogistik müssen hierfür auch für Frauen, unabhängig von Körpergröße, Kleidung und Statur zugänglich gemacht werden. Hierzu gehören das Bereitstellen von Headsets in unterschiedlichen Größen, die Möglichkeit, das Mikrofon unabhängig vom Hosenbund zu befestigen sowie das Verfügen von Bühnenmobiliar, das auch bei Outfits wie Kleidern vorteilhaft genutzt werden kann. Im Rahmen des Events sollte es darüber hinaus eine

klare Anlaufstelle oder Ansprechpartner:in für Frauen geben, die jegliche Form der Sexualisierung erleben, damit diese direkt behoben werden.

Abschließend benennen die Interviewpartnerinnen das Bildungssystem als zusätzlichen Hebel zur Förderung der weiblichen Sichtbarkeit. Es wird an die frühe Förderung von Präsentationsfähigkeiten und -möglichkeiten in der Schul- und Universitätsbildung plädiert, um die Barriere zum Sprechen vor anderen von Anfang an möglichst gering zu halten (I3; I4).

Zusammenfassung und Ausblick

Der vorliegende Beitrag bestätigt, dass die in der Literatur identifizierten Faktoren für die Unterrepräsentanz von Frauen in Wissenschaft, Wirtschaft, Kunst & Kultur mit den aus den Interviews evaluierten Faktoren von Frauen auf Bühnen größtenteils übereinstimmen. Vorhandene wissenschaftliche Erkenntnisse zur Unterrepräsentanz von Frauen können aufgrund der vorliegenden Parallelen somit auch auf die Unterrepräsentanz von Speakerinnen übertragen werden. Während in der Forschung alle vier Faktoren: (1) Rollenerwartungen und Stereotype, (2) Institutionelle Barrieren und Care – Verpflichtungen, (3) Netzwerke sowie (4) mangelnde Rollenvorbilder ausgiebig betrachtet werden, betonen die Speakerinnen die Faktoren sehr unterschiedlich. So werden Rollenvorbilder zwar als wichtig angesehen, den übrigen drei Faktoren schreiben die Interviewpartnerinnen hingegen eine noch höhere Relevanz für den Erfolg zu.

Eine klare Diskrepanz zwischen der Literatur und Empirie ist in den individualistischen Begründungsmustern erkennbar. Fünf von sechs Speakerinnen nannten als eine Hürde und möglichen Grund für die Unterrepräsentanz die Tatsache, dass sich viele Frauen nicht trauten, ängstlicher wären, mehr Selbstzweifel hätten und sich mehr als Männer hinterfragten. Bei diesen individuellen Begründungen handelt es sich jedoch, aus Literatursicht, um einen veralteten Standard. Die aktuelle Literatur führt diese Art von Mustern nicht auf, da sie in der Wissenschaft überwunden und weitgehend auch widerlegt worden sind. Insgesamt zeigt die Forschung, dass ideologische Barrieren, resultierend aus Stereotypen und Rollenerwartungen, mindestens ebenso bedeutsam für die Unterrepräsentanz von Frauen sind wie institutionelle und strukturelle Hindernisse.

Die wissenschaftliche Literatur ist bereits weit, wenn es um die allgemeine Forschung zur Unterrepräsentanz von Frauen, insbesondere in den Bereichen Wissenschaft, Wirtschaft sowie Kunst & Kultur geht. Betrachtet man allerdings Forschung zu Frauen als Speakerinnen, existieren nur wenige evidenzbasierte Studien. Die vorliegende Arbeit wirkt dem entgegen. Die durchgeführten Expertinneninterviews belegen Rollenerwartungen und

Stereotype, institutionelle Barrieren und Care-Verpflichtungen und fehlende Netzwerke als wichtigste Ursachen für die Unterrepräsentation von Speakerinnen. Durch die Interviews wurden konkrete Maßnahmen ermittelt, um die damit verbundenen Hürden zu überwinden. Diese Maßnahmen erstrecken sich sowohl auf notwendige strukturelle Veränderungen seitens der Veranstaltenden als auch auf individuelle Strategien der Speakerinnen selbst. Sie wurden im Rahmen dieses Beitrags für unterschiedliche Kontexte von Frauen aus Wissenschaft, Wirtschaft und Gesellschaft untersucht. Gründerinnen als Speakerinnen stellen eine weitere spezifische Untergruppe dar. Sowohl die analysierten Hintergründe der Unterrepräsentanz als auch die dargestellten Strategien und Maßnahmen zu ihrer Überwindung sind jedoch gleichermaßen für diese Untergruppe relevant. Insbesondere die identifizierten Maßnahmen können Gründerinnen dabei unterstützen, ihre Sichtbarkeit in einer Rolle als Speakerin gezielt auf- und auszubauen. Dies ist insbesondere für Gründerinnen aus dem Wissenschafts- und Technologiebereich relevant, da sich für diese Themen besonders viele Plattformen und Bühnen finden, um auf Basis der fachlichen Expertise als Gründerin sichtbar zu werden. Eine höhere Präsenz und Anerkennung von Frauen bzw. spezifisch von Gründerinnen auf Bühnen wird dabei nicht nur die Vielfalt in Redebeiträgen und Perspektiven fördern, sondern auch dazu beitragen, gesellschaftliche Stereotype und Vorurteile zu überwinden.

Literatur

- Abele, Andrea E. (2013): Berufserfolg von Frauen und Männern im Vergleich. Warum entwickelt sich die „Schere“ immer noch auseinander? In: *GENDER-Zeitschrift für Geschlecht, Kultur und Gesellschaft* 5 (3), S. 11–12. DOI: 10.3224/gender5318093.
- Abele, Andrea E.; Spurk, Daniel (2011): The dual impact of gender and the influence of timing of parenthood on men's and women's career development: Longitudinal findings. In: *International Journal of Behavioral Development* 35, S. 225–232. DOI: 10.1177/0165025411398181.
- Ahrens, Petra; Scheele, Alexandra (2021): Game-Changers for Gender Equality in Germany's Labour Market? Corporate Board Quotas, Pay Transparency and Temporary Part-Time Work. In: *German Politics* 20 (1). DOI: 10.1080/09644008.2021.1984428.
- BMFSJ (Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend) (2011): Neue Wege-Gleiche Chancen Gleichstellung von Frauen und Männern im Lebensverlauf. Erster Gleichstellungsbericht der Bundesregierung. Online verfügbar unter <https://www.bmfsfj.bund.de/resource/blob/93682/516981ae0ea6450bf4cef0e8685eecd/erster-gleichstellung-sbericht-neue-wege-gleiche-chancen-data.pdf>.

- Brückner, Margit (2010): Entwicklungen der Care-Debatte – Wurzeln und Begrifflichkeiten. In: Lutz, Helma (Hg.): *Care und Migration. Die Ent-Sorgung menschlicher Reproduktionsarbeit entlang von Geschlechter- und Armutsgrenzen*. Opladen & Farmington Hills: Verlag Barbara Budrich, S. 43–58.
- Carli, Lina L.; Alawa, Laila; Lee, YoonAh; Zhao, Bei; Kim, Elaine (2016): Stereotypes about gender and science: Womenz scientists. In: *Psychology of Women Quarterly* 40 (2), S. 244–260. DOI: 10.1177/0361684315622645.
- Casadevall, Arturo; Handelsman, Jo (2014): The Presence of Female Conveners Correlates with a Higher Proportion of Female Speakers at Scientific Symposia. In: *mBio*. DOI: 10.1128/mBio.00846 – 13.
- Eagly, Alice H.; Karau, Steven J. (2002): Role congruity theory of prejudice toward female leaders. In: *Psychological Review* 109 (3), S. 573–598. DOI: 10.1037/0033-295X.109.3.573.
- Eagly, Alice Hazel; Wood, Wendy (2012): Social Role Theory. In: Paul van Lange; Arie Kruglanski; E. Higgins (Hg.): *Handbook of Theories of Social Psychology*. Thousand Oaks: SAGE Publications Ltd, S. 458–476.
- Cook, Karen; Emerson, Richard (1978): Power, Equity and Commitment in Exchange Networks. In: *American Sociological Review* 43, S. 721–730. DOI: 10.2307/2094546.
- European Commission (2016): *She Figures 2015*. Directorate-General for Research and Innovation. Luxemburg: Publications Office.
- Falk, Martin; Hagsten, Eva (2022): Gender diversity of keynote speakers at virtual academic conferences. In: *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*. DOI: 10.1080/19407963.2022.206668.
- Fernando, Dulini; Cohen, Laurie; Duberley, Joanne (2019): Navigating sexualised visibility: A study of British women engineers. In: *Journal of Vocational Behavior* 113, S. 6–19. DOI: 10.1016/j.jvb.2018.06.001.
- Ferrant, G., Pesando, L. M., & Nowacka, K. (2014): Unpaid Care Work: The missing link in the analysis of gender gaps in labour outcomes. In: Boulogne Billancourt: OECD Development Center, 01.12.2014. Online verfügbar unter https://www.oecd.org/en/publications/unpaid-care-work-the-missing-link-in-the-analysis-of-gender-gaps-in-labour-outcomes_1f3fd03fen.html.
- Forret, Monica L.; Dougherty, Thomas W. (2001): Correlates of networking behavior for managerial and professional employees. In: *Group & Organization Management* 26 (3), S. 283–311. DOI: 10.1177/1059601101263004.
- Forret, Monica L.; Dougherty, Thomas W. (2004): Networking behaviors and career outcomes: differences for men and women? In: *Journal of Organizational Behavior* 25 (3), S. 419–437. DOI: 10.1002/job.253.
- Funken, Christiane (2004): Zu Chancen und Risiken von (in)formellen Organisationsstrukturen für die Karrieren von Frauen und Männern. In: Ursula Pasero; Birger P. Priddat (Hg.): *Organisationen und Netzwerke: Der Fall Gender*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 13–44.
- García-González, Judith; Forcén, Patricia; Jimenez-Sanchez, Maria (2019): Men and women differ in their perception of gender bias in research institutions. In: *PloS one* 14 (12). DOI: 10.1371/journal.pone.0225763.

- Gibson, Donald. (2004): Role Models in Career Development: New Directions for Theory and Research. In: Journal of Vocational Behavior 65, S. 134–156. DOI:10.1016/S0001–8791(03)00051–4.
- Gläser, Jochen; Laudel, Grit (2010): *Experteninterviews und qualitative Inhaltsanalyse*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Greguletz, Elena; Diehl, Marjo R.; Kreutzer, Karin (2019): Why women build less effective networks than men: The role of structural exclusion and personal hesitation. In: Human Relations 72 (7), S. 1234–1261. DOI: 10.1177/0018726718804303.
- Hannover, Bettina (2006): Geschlechterrollen. In: Hans W. Bierhoff; Dieter Frey (Hg.): Handbuch der Psychologie. Band 3: Handbuch der Sozialpsychologie und Kommunikationspsychologie. Göttingen: Hogrefe, S. 465 – 470.
- Haverbier, Jana; Weßels, Doris (2016): Erfolgsfaktor Netzwerk. Ansatzpunkte zur Förderung ‚weiblicher‘ Vernetzungsstrategien. In: Ingelore Welp; Gaby Lenz (Hg.): Akademische Personalentwicklung – Wie der Wissenschaftsbetrieb Potentiale und Kompetenzen des Personals strategisch entwickelt. Reihe Angewandte Genderforschung/Gender Research Applied, Band 7. Frankfurt: Peter Lang Verlag, S. 248–261.
- Hitzer, Roland; Bucher, Thomas; Niederbacher, Arne (2005): *Leben in Szenen. Formen jugendlicher Vergemeinschaftung*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Hopf, Christel (2013): Qualitative Interviews – ein Überblick. In: Uwe Flick; Ernst v. Kardorff; Ines Steinke (Hg.): Qualitative Forschung. Ein Handbuch. 10. Auflage. Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag, S. 349–360.
- Kaup, Julia (2015): *Die Unterrepräsentanz von Frauen in Führungspositionen. Eine Ursachenanalyse*. Wiesbaden: Springer VS.
- Korbjun, Lena (2022): Wenig Frauen auf Festivalbühnen. In: Deutschlandfunk Online, 22.06.2022. Online verfügbar unter <https://www.deutschlandfunknova.de/beitrag/musikbranche-zu-wenig-frauen-auf-festivalbuehnen>, zuletzt geprüft am 16.05.2024.
- Kuckartz, Udo (2018): Qualitative Inhaltsanalyse. Methoden, Praxis, Computerunterstützung, 4. Auflage. Weinheim, Basel: Beltz Juventa.
- Lange, N. (2023): Frauen auf Festivalbühnen: Bei den großen Events bewegt sich zu wenig. In: Tagesspiegel, 02.06.2022. Online verfügbar unter <https://www.tagesspiegel.de/kultur/frauen-auf-festivalbuehnen-bei-den-grossen-events-bewegt-sich-zu-wenig-9916586.html>, zuletzt geprüft am 16.05.2024.
- Lewis, Patricia; Simpson, Ruth (2012): Kanter revisited: Gender, power and (in) visibility. In: International Journal of Management Reviews 14 (2), S. 141–158. DOI: 10.1111/j.1468 – 2370.2011.00327.x.
- Lockwood, Penelope; Kunda, Ziva (1997): Superstars and me: Predicting the impact of role models on the self. In: Journal of personality and social psychology 73 (1), S. 91. DOI:10.1037/0022–3514.73.1.91.
- Loosen, Wiebke (2016): Das Leitfadentinterview – eine unterschätzte Methode. In: Susanne Averbek-Lietz; Marion Meyen (Hg.): *Handbuch nicht-standardisierte Methoden in der Kommunikationswissenschaft*, S. 139–155. Wiesbaden: Springer Fachmedien / Springer VS.

- Morgenroth, Thekla; Ryan, Michelle K.; Peters, Kim (2015): The motivational theory of role modeling: How role models influence role aspirants' goals. In: Review of general psychology 19 (4). DOI: 10.1037/gpr0000059.
- Nosek, Brain A.; Hawkins, Carlee B.; Frazier, Rebecca S. (2012): Implicit social cognition. In: Susan T. Fiske; C. Neil Macrae (Hg.): Handbook of Social Cognition. New York: Sage, S. 31–53.
- Ohlendieck, Lutz (2003): Die Anatomie des Glashauses. Ein Beitrag zum Verständnis des Glass-Ceiling-Phänomens. In: Beate Kortendieck; Birgit Riegraf; Katja Sabisch (Hg.): *Gender — from Costs to Benefits*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 183–193.
- Pell, Alice. (1996): Fixing the Leaky Pipeline: Women Scientists in Academia. In: Journal of Animal Science 74, S. 2843–2848. DOI: 10.2527/1996.74112843x.
- Reitsamer, Rosa (2011): Anerkennung und Geschlecht im kulturellen Feld. Zur Unterrepräsentanz von DJ-Frauen in elektronischen Musikszenen. In: Österreichische Zeitschrift für Soziologie 3 (36), S. 39–48. DOI: 10.1007/s11614–011–0049–4.
- Robling, Franz H. (2007): Redner und Rhetorik. Studie zur Begriffs- und Ideengeschichte des Rednerideals. In: Franz H. Robling (Hg.): *Redner und Rhetorik. Studien zur Begriffs- und Ideengeschichte des Rednerideals*. Bd. 5. Hamburg: Felix Meiner Verlag, S. 29–44.
- Schneider, David J. (2004): *The Psychology of Stereotyping*. New York: Guilford Press.
- Scholl, Armin (2014): *Die Befragung*. UTB 2413. Konstanz, München: UVK Verlagsgesellschaft.
- Schulz, Gabriele; Zimmermann, Olaf; Ries, Carolin; Brüheim, Theresa; Haack, Barbara; Sandford, Ruth; Wapler, Friederike (2016): Frauen in Kultur und Medien: ein Überblick über aktuelle Tendenzen, Entwicklungen und Lösungsvorschläge. In: Deutschland: Deutscher Kulturrat e.V., 04.2016. Online verfügbar unter <https://www.kulturrat.de/wp-content/uploads/2016/12/Frauen-in-Kultur-und-Medien.pdf>, zuletzt geprüft am 16.05.2024.
- Schroeder, Julia; Dugdale, Hannah L.; Radersma, Reinder; Hinsch, Martin; Buehler, David M. (2013): Fewer invited talks by women in evolutionary biology symposia. In: Journal of evolutionary biology 26 (9), S. 2063–2069. DOI: 10.1111/JEB.12198.
- Shapiro, Eileen C.; Haseltine, Florence P.; Rowe, Mary P. (1978): Moving up: Role models, mentors, and the "patron system". In: Sloan Management Review 19 (3), S. 51.
- Skelly, Jonathan J.; Johnson, Jennifer B. (2011): Glass ceilings and great expectations: Gender stereotype impact on female professionals. In: Southern Law Journal 21 (1), S. 59.
- Smyth, Frederick L.; Nosek, Brain A. (2015): On the gender–science stereotypes held by scientists: explicit accord with gender-ratios, implicit accord with scientific identity. In: Front Psychology 6. DOI: 10.3389/fpsyg.2015.00415.
- SpeakerinnenListe (2024): SpeakerinnenListe. Online verfügbar unter <https://speakerinnen.org/>, zuletzt geprüft am 15.05.2024.
- Stamarski, Cailin S.; Son Hing, Lianne S. (2015): Gender inequalities in the workplace: the effects of organizational structures, processes, practices, and decision makers' sexism. In: Frontiers in psychology 6. DOI: 10.3389/fpsyg.2015.01400.
- Van den Brink, Marieke; Benschop, Yvonne (2012): Gender practices in the construction of academic excellence: Sheep with five legs. In: Organization 19 (4), S. 507–524. DOI: 10.1177/1350508411414293.

- Von Alemann, Anette (2007): Unterrepräsentanz ohne Ende? Geschlechterungleichheit bei Führungseliten der deutschen Wirtschaft. In: WSI-Mitteilungen 60 (9), S. 487–493. DOI: 10.5771/0342–300X-2007–9–487.
- Walters, Trudie (2018): Gender equality in academic tourism, hospitality, leisure and events conferences. In: Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events 10 (1), S. 17–32. DOI: 10.1080/19407963.2018.1403165.
- Wilson, Mary (2018): Learning in Public. Providing a Keynote. In: Celia Popoviciu (Hg.): *Learning from Academic Conferences*. Leiden/Boston: Brill, S. 79–90.
- Wingender, Laura; Wolff, Hans-Georg (2019): Die Rolle von Networking-Verhalten in der beruflichen Entwicklung. In: Simone Kauffeld; Daniel Spurk (Hg.): *Handbuch Karriere und Laufbahnmanagement*. Heidelberg: Springer, S. 217–239.
- Wirth, Linda (2001): *Breaking Through the Glass Ceiling. Women in Management*. Genf: International Labour Office.
- Wolff, Hans-Georg; Moser, Klaus (2009): Effects of networking on career success: A longitudinal study. In: Journal of Applied Psychology 94 (1), S. 196–206. DOI: 10.1037/a0013350.
- Zuckerman, Harriet (1991): The careers of men and women scientists. A review of current research. In: Harriet Zuckerman; Jonathan R. Cole; John T. Bruer (Hg.): *The Outer Circle. Women in the Scientific Community*. New York: W. W. Norton, S. 27–56.