

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

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

1. Einleitung

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

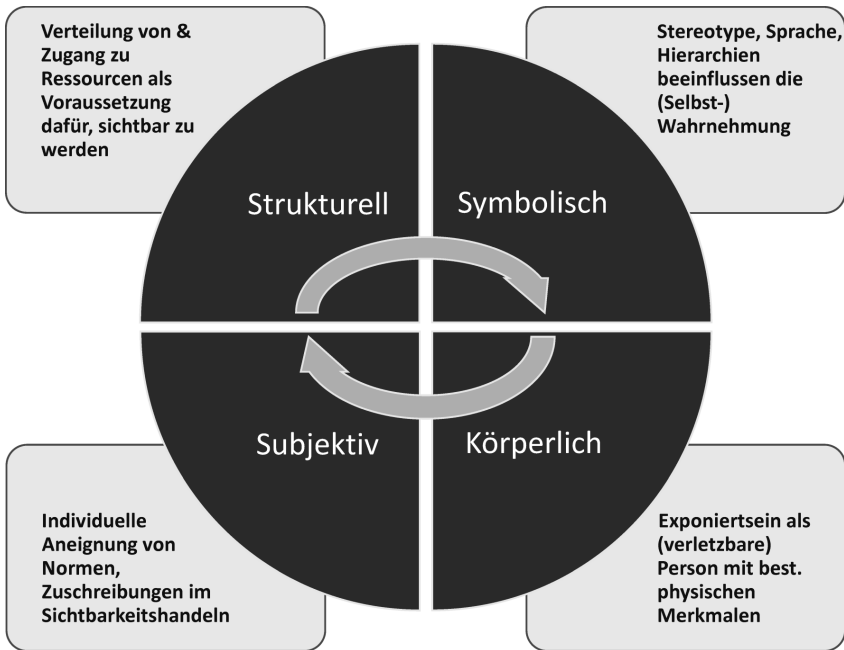


Abbildung 1: Der vierdimensionale Zusammenhang von Geschlecht und Sichtbarkeit

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

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

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

3. Methodisches Vorgehen im Projekt EXENKO

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

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

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

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

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

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

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

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

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

4.1 Interviewstudie: Unterschiedliche Sichtweisen und Erwartungen

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

Perspektiven von Wissenschaftler:innen

Wissenschaftliches Arbeiten wird von den interviewten Wissenschaftler:innen, Professorinnen und Postdocs gleichermaßen, als im hohen Maße sinnstiftend wahrgenommen, da sie hier viele Gestaltungsfreiheiten erkennen, die sie in einem Job in der freien Wirtschaft nicht hätten. Die Elektrotechnikerin Postdoc w-6 führt hierzu beispielsweise aus, dass sie in der Industrie viel mehr Geld verdienen könne. Ihr mache jedoch dezidiert die „Forschung Spaß, Konferenzen, Papers schreiben, Anträge, daher ist es halt schon eine schöne Möglichkeit, auch wenn man vielleicht nicht so viel Geld verdient wie in der Industrie“ (Postdoc w-6³, Z. 85 f.). Forschung hat für die Interviewpartner:innen auch eine moralisch-normative Dimension, viele von ihnen verbinden mit einer Arbeit an der Hochschule die Gelegenheit, Umwelt und Gesellschaft zu verbessern. So möchte Informati-

2 <https://doi.org/10.17185/dupublico/82719>

3 Das Kürzel w steht für „weiblich“, m für „männlich“.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Perspektiven von Akteur:innen der Hochschulkommunikation

Ein zentrales Thema, das aus den Interviews rekonstruiert wurde, ist die Einschätzung des eigenen Handlungsspielraums bzw. der Handlungsmacht. Zunächst einmal waren sich die Interviewten darin einig, dass die Hochschulkommunikation grundsätzlich eine Agenda Setting-Funktion habe. Kommunikationsverantwortliche hätten die Möglichkeit und auch den Auftrag, Themen auf ihren Nachrichtenwert hin zu prüfen, zu setzen und damit die Kommunikationsarbeit einer Hochschule nach innen und außen zu gestalten. Zu beachten seien dabei für die eigene Hochschule spezifizierte Regeln: „passt es zu unseren Leitlinien, die wir da festgelegt haben?“ (AHK⁴ w-2, Z. 191 f.).

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

4.2 Dialogmodul: Barrieren und Wünsche

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

4.3 Workshops: Reflexion, Positionierung und Einübung neuer Praktiken

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

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

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

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

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

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

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



Abbildung 2: Beispiel Bebilderung

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

formen wie regelmäßige, durch die Kommunikationsverantwortlichen begleitete und kommentierte Science Pitches in geschütztem Rahmen („Sichtbarkeitssprechstunden“) oder auch (hochschul-)öffentliche Veranstaltungen.

- *Der fachliche Austausch und kontinuierliche Dialog mit Verantwortlichen aus den Bereichen Gleichstellung und Gender & Diversity* an Hochschulen, um aufbauend auf dem Meta-Wissen dieser Bereiche im Austausch mit Kriterien guter journalistischer Praxis Kriterien für eine geschlechtergerechte Wissenschaftskommunikation sowie geschlechtersensible Kriterien für die Auswahl von kommunikationswürdigen Beiträgen zu diskutieren und geschlechtergerechte Narrative entwickeln zu können.
- *Die Entwicklung einer Kommunikationsstrategie unter Einbindung aller Akteur:innen*, die eine geschlechtergerechte Repräsentation von Wissenschaftlerinnen auf allen Kommunikationskanälen der Hochschule fördert und sicherstellt.

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

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

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

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

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

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

Exzellenz entdecken und kommunizieren		1
Inhaltsverzeichnis		
Vorwort		2
An wen richtet sich diese Handreichung?		3
Sichtbarkeit, Exzellenz und Geschlecht hängen zusammen		6
Bausteine zur Förderung der Sichtbarkeit von Wissenschaftlerinnen in Wissenschaft und Gesellschaft		9
Baustein A: Diskussionsveranstaltungen		10
Baustein B: Workshops für Kommunikationsverantwortliche und Wissenschaftlerinnen		14
Baustein C: Regelmäßiger Austausch und Netzwerkbildung		23
Baustein D: Zielgruppenspezifische Science Pitches und Sichtbarkeitsprechstunden		24
Baustein E: Gruppenspezifische Weiterbildungsangebote		25
Zusammenfassung der zentralen Impulse dieser Handreichung		28
Quellen und weiterführende Literaturempfehlungen		30

Abbildung 3: Screenshot der Titelseite und des Inhaltsverzeichnisses der Handreichung

Foto: © iStock/skynesher

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

Literaturverzeichnis

- Babcock, Linda, Recalde, Maria P., Vesterlund, Lise, & Weingart, Laurie. (2017). Gender differences in accepting and receiving requests for tasks with low promotability. *American Economic Review*, 107(3), 714–747. <https://doi.org/10.1257/aer.20141734>
- Banhöfer, Volker M., Wintermayr, Anna, Seiler, Elisabeth, & Blask, Falko. (2024). Gender-Sensibilität der journalistischen Technikberichterstattung – Explorative Einordnungen von Technikentwicklung sowie der Theorie, Ausbildung und Praxis von Technikjournalismus. In Matthias Stumpf (Hrsg.), *Diversity in der Wirtschaftskommunikation. Europäische Kulturen in der Wirtschaftskommunikation* (Bd. 36). Springer VS. https://doi.org/10.1007/978-3-658-43199-0_16
- Blome, Agnes, & Fuchs, Gesine. (2017). Macht und substantielle Repräsentation von Frauen. *Femina Politica – Zeitschrift für feministische Politikwissenschaft*, 26(1), 55–69. <https://doi.org/10.3224/feminapolitica.v26i1.04>
- Borgwardt, Angela. (2023). Gleichstellung in der Wissenschaft. *Eine Stunde für die Wissenschaft*, Paper No. 8. *FES Impuls*. <https://library.fes.de/pdf-files/a-p-b/19992.pdf>
- Braunisch, Lena, & Wegrzyn, Eva. (2024). Sichtbarkeit von Wissenschaftlerinnen – Dialoge über strukturelle Hindernisse und Handlungsspielräume. *Journal des Netzwerks Frauen- und Geschlechterforschung NRW*, 54. https://www.netzwerk-fgf.nrw.de/fileadmin/media/media-fgf/download/publikationen/Netzwerk_FGF_Journal_54_Webfassung_klein.pdf
- Bundesministerium für Bildung und Forschung. (2019). *Grundsatzpapier des Bundesministeriums für Bildung und Forschung zur Wissenschaftskommunikation*. https://www.bmbf.de/SharedDocs/Publikationen/de/bmbf/1/24784_Grundsatzpapier_zur_Wissenschaftskommunikation.pdf?__blob=publicationFile&v=4
- Doran, George T. (1981). There's a SMART way to write management's goals and objectives. *Management Review*, 70(11), 35–36.
- Eckes, Thomas. (2008). Geschlechterstereotype. In Ruth Becker, Beate Kortendiek & Barbara Budrich (Hrsg.), *Handbuch Frauen- und Geschlechterforschung: Theorie, Methoden, Empirie* (S. 178–189). VS Verlag für Sozialwissenschaften. https://doi.org/10.1007/978-3-531-91972-0_20
- Friedrichsmeier, Andres, & Fürst, Silke. (2012). Neue Governance als Wettbewerb um Sichtbarkeit: Zur veränderten Dynamik der Öffentlichkeits- und Medienorientierung von Hochschulen. *Die Hochschule*, 21(2), 46–64.
- Gemeinsame Wissenschaftskonferenz (GWK). (2024). *Gleichstellungsmonitor Wissenschaft und Forschung: 28. Datenfortschreibung (2022/2023) zu Frauen in Hochschulen und außerhochschulischen Forschungseinrichtungen* (Heft 91). GWK.
- Hausen, Karin. (1976). Die Polarisierung der „Geschlechtscharaktere“. Eine Spiegelung der Dissoziation von Erwerbs- und Familienleben. In Werner Conze (Hrsg.), *Sozialgeschichte der Familie in der Neuzeit Europas: Neue Forschungen* (S. 363–393). Stuttgart.

- Hummel, Diana, Stieß, Immanuel, & Sauer, Arn. (2020). Technikfolgenabschätzung und Geschlecht: Bestandsaufnahme und Identifizierung von Diskurschnittstellen mit besonderem Fokus auf Digitalisierung. *Expertise für den Dritten Gleichstellungsbericht der Bundesregierung*. Frankfurt am Main/Berlin. <https://doi.org/10.25595/2391>
- King, Molly M., & Frederickson, Megan E. (2020). The pandemic penalty: The gendered effects of COVID-19 on scientific productivity. *SocArXiv*. <https://econpapers.repec.org/paper/osfsocarx/8hp7m.htm>
- Kirchhoff, Susanne. (2019). Metaphern-, Frame- und Diskursanalysen. In Johanna Dorer, Brigitte Hipfl, Brigitte Geiger & Viktorija Ratkovic (Hrsg.), *Handbuch Medien und Geschlecht: Perspektiven und Befunde der feministischen Kommunikations- und Medienforschung*. Springer Verlag. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-20712-0>
- Kruse, Jan. (2014). *Qualitative Interviewforschung. Ein integrativer Ansatz*. Beltz Juventa.
- Löther, Andrea. (2021). 30 Jahre Geschlechtergleichstellung in der Wissenschaft – Eine Bilanz. In *Chancengleichheit in Wissenschaft und Forschung: 25. Fortschreibung des Datenmaterials (2019/2020) zu Frauen in Hochschulen und außerhochschulischen Forschungseinrichtungen* (S. 118–147). Gemeinsame Wissenschaftskonferenz (GWK). <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ss0ar-75443-7>
- Meho, Lokman I. (2021). The gender gap in highly prestigious international research awards, 2001–2020. *Quantitative Science Studies*, 2(3), 976–989. https://doi.org/10.1162/qss_a_00148
- Niemi, Mari K., & Pitkänen, Ville. (2017). Gendered use of experts in the media: Analysis of the gender gap in Finnish news journalism. *Public Understanding of Science*, 26(3), 355–368. <https://doi.org/10.1177/0963662515621470>
- Patou-Mathis, Marylène. (2021). *Weibliche Unsichtbarkeit*. Hanser Verlag.
- Paulitz, Tanja, & Wagner, Leonie. (2020). Professorinnen – jenseits der „Gläsernen Decke“? Eine qualitative empirische Studie zu geschlechtshierarchisierenden Praxen der Alltagskultur an Hochschulen. *GENDER*, 12(2), 133–148. <https://doi.org/10.3224/gender.v12i2.09>
- Priehl, Bianca. (2018). Ingenieurinnen, die es geschafft haben!? Symbolische Marginalisierungen prekärer Subjekte. *Freiburger Zeitschrift für GeschlechterStudien*, 24(1), 123–138. <https://doi.org/10.3224/fzg.v24i1.09>
- Prommer, Elizabeth, & Linke, Christine. (2019). *Ausgeblendet. Frauen im deutschen Film und Fernsehen*. Herbert von Halem Verlag.
- Rosa, Hartmut. (2016). *Resonanz. Eine Soziologie der Weltbeziehung*. Suhrkamp.
- Rossiter, Margaret W. (2015). Der Matthäus-Matilda-Effekt in der Wissenschaft. In Theresa Wobbe (Hrsg.), *Zwischen Vorderbühne und Hinterbühne: Beiträge zum Wandel der Geschlechterbeziehungen in der Wissenschaft* (S. 191–210). transcript. <https://doi.org/10.1515/9783839401187-008>
- Rusconi, Alessandra, Netz, Nicolai, & Solga, Heike. (2020). Publizieren im Lockdown. Erfahrungen von Professorinnen und Professoren. *WZB Mitteilungen* 170. <https://bibliothek.wzb.eu/artikel/2020/f-23507.pdf>

- Siggenger Kreis. (2021). *Siggenger Impulse. Bilder in der Wissenschaftskommunikation*. https://www.bundesverband-hochschulkommunikation.de/fileadmin/user_upload/projekte/siggenger-kreis/Siggenger-Impuls-Bilder_2021_Final_0215.pdf
- Steinke, Jocelyn. (2013). Portrayals of Female Scientists in the Mass Media. In Angharad N. Valdivia (Hrsg.), *The International Encyclopedia of Media Studies* (S. 1–18). <https://doi.org/10.1002/9781444361506.wbiems070>
- Vaid, Jyotsna, & Geraci, Lisa. (2016). V. An examination of women's professional visibility in cognitive psychology. *Feminism & Psychology*, 23, 292–319.
- Wegrzyn, Eva, & Jochimsen, Maren A. (2023). Gesundheitskompetenz aus einer kritischen Geschlechterperspektive. In Katharina Rathmann, Kevin Dadaczynski, Orkan Okan & Melanie Messer (Hrsg.), *Gesundheitskompetenz* (S. 269–277). Springer. https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-662-67055-2_127
- Wissenschaftsrat. (2021). *Wissenschaftskommunikation: Positionspapier*. https://www.wissenschaftsrat.de/download/2021/9367-21.pdf?__blob=publicationFile&v=13