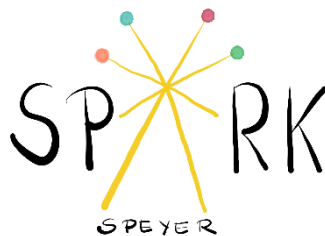


1. LESSONS LEARNED PAPER

DESIGN SPRINT „SICHTBARKEIT FÜR FRAUEN IN DER WISSENSCHAFT“

Christina Prautsch | Julia Rathke | Katja Knuth-Herzig | Rubina Zern-Breuer

Speyer, Juni 2022



GEFÖRDERT VOM



Bundesministerium
für Bildung
und Forschung



ZUR EINFÜHRUNG

Ihnen liegt hier das erste Lessons Learned Paper des Projektes „SPARK – Sichtbare Potenzialträgerinnen als Rollen(vor)bilder weiblicher wissenschaftlicher Karrieren“ der Universität Speyer vor. Das Projekt wird vom Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) über die Förderlinie „Innovative Frauen im Fokus“ gefördert, um rheinland-pfälzische Wissenschaftlerinnen unterschiedlicher Karrierestufen darin zu unterstützen, eine höhere Sichtbarkeit für sich zu erreichen. Dazu wird im Rahmen des Projektes ein wissenschaftlich fundiertes Workshopformat entwickelt, das diese Wissenschaftlerinnen begleitet.

Im Februar 2022 wurde ein Design Sprint durchgeführt, dessen Ziel es war, gemeinsam konkrete Maßnahmen für eine erhöhte Sichtbarkeit für Frauen in der Wissenschaft zu entwickeln und die bisherigen theoretischen Überlegungen dazu zu reflektieren. Mit diesem Lessons Learned Paper wollen wir einen Zwischenstand in ein laufendes Projekt vermitteln und neu gewonnene Erkenntnisse zeitnah in die Praxis transferieren.

Aus diesem Design Sprint wurden die folgenden neun Erkenntnisse (sog. Lessons Learned) gewonnen:

1. Ein Design Sprint kann problemlos online durchgeführt werden. Das ermöglicht zudem eine niederschwellige und kostenlose Teilnahme, die ortsunabhängig ist.
2. Es ist sinnvoll, Breakout-Rooms auch in den Pausen und im Anschluss an die Veranstaltung anzubieten, um eine weitere Vernetzung zwischen den Teilnehmenden zu ermöglichen.
3. Interaktivität, Austausch und vielfältige Möglichkeiten zu Netzwerken sowie eine professionelle Moderation sind auch oder gerade speziell im Rahmen von Online-Formaten zentral.
4. Für eine authentische Sichtbarkeitsstrategie ist es zunächst notwendig individuelle Ziele zu identifizieren und die Bereitschaft, stärker in die Öffentlichkeiten treten zu wollen, entsprechend der persönlichen Präferenzen, Bedürfnisse und Ziele aufzubauen.
5. Auch wenn gendergerechte Sichtbarkeit in der Wissenschaft nach wie vor durch strukturelle Benachteiligung erschwert wird, haben Frauen in der Wissenschaft vielfältige Möglichkeiten, ihre eigene Sichtbarkeit sukzessive zu erhöhen. Ein erster wichtiger Schritt hierbei ist es, die eigene Sichtbarkeit wichtig zu nehmen.
6. Je mehr Frauen in der Wissenschaft sichtbar werden, desto mehr werden auch noch immer vorhandene strukturelle Benachteiligungen sichtbar werden. Allerdings ist dies nicht ausreichend; es braucht zudem die nachhaltige Unterstützung der jeweiligen Forschungsinstitution sowie die strukturelle Verankerung von sichtbarkeitsfördernden Maßnahmen im gesamten Wissenschaftssystem.



7. Strukturelle und/oder individuelle Gegebenheiten können der Sichtbarkeit und damit einer erfolgreichen Karriereplanung im Weg stehen. Durch Community-Aufbau und Pflege sowie Orientierung an Role Models und die Reflexion eigener Werte ist die Entwicklung einer positiven Vision für die persönliche Sichtbarkeit dennoch möglich und wünschenswert.
8. Sichtbarkeit ist erreicht, wenn Wissenschaftlerinnen der heutigen Generation in der Breite als Expertinnen wahrgenommen und angesprochen werden sowie Wissenschaftlerinnen früherer Generationen stärker sichtbar gemacht werden. Ziel ist es, dass spezielle sichtbarkeitsfördernde Maßnahmen für keine Personengruppe mehr notwendig sind.
9. Um Sichtbarkeit gezielt zu adressieren, wird Zeit für Reflexion, Freiraum zum Ausprobieren von Maßnahmen zur Sichtbarwerdung sowie ein Austausch in Peer-Groups und Expertinnen-Tandems benötigt. Dabei muss die individuelle Sichtbarkeitsstrategie jederzeit eine zentrale Rolle spielen.

Außerdem wurde gemeinsam mit den Teilnehmerinnen des Design Sprint eine Definition von Sichtbarkeit erarbeitet, die gleichsam als Vision angelegt ist und die wir dem eigentlichen Lessons Learned Paper gerne voranstellen möchten:

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

Wir bedanken uns bei den Teilnehmerinnen des Design Sprint herzlich für die konstruktive Zusammenarbeit und freuen uns, die Ergebnisse des Sprints in die Planung des SPARK-Werkstattworkshops einfließen zu lassen und so gemeinsam einen Beitrag zu dieser großen Vision leisten zu dürfen!

Stichworte / Zielgruppe

außeruniversitäre Forschungseinrichtungen, Design Sprint, Frauen,
Gleichstellungsbeauftragte, Hochschulen, Sichtbarkeit, Universitäten, Wissenschaft,
Wissenschaftlerinnen, Workshop



DIE ROLLE DES SPARK DESIGN SPRINT IM KONTEXT DES GESAMTPROJEKTS

Im Rahmen des Projekts SPARK gibt es insgesamt fünf große Meilensteine. Nachdem zunächst die vorhandenen theoretischen Grundlagen aufgearbeitet wurden, konnte der Design Sprint am 24.02.2022 erfolgreich als erster Meilenstein durchgeführt werden.¹ Der vorliegende Text berichtet von den Erkenntnissen (sog. „Lessons Learned“) aus diesem ersten Meilenstein.



Ziel des *Design Sprints* war es, konkrete Maßnahmen für eine erhöhte Sichtbarkeit gemeinsam mit Expertinnen aus Forschung und Praxis zu entwickeln und die bisherigen theoretischen Überlegungen zu reflektieren. Die Ergebnisse mündeten zum einen in die Konzeption des SPARK *Werkstattworkshops*, der sich als Pilotprojekt an Frauen in der Wissenschaft richtet, um sie ganz praktisch und konkret darin zu unterstützen, noch innerhalb der SPARK Projektlaufzeit mehr Sichtbarkeit zu erreichen. Zum anderen bildete der Design Sprint einen wichtigen Zwischenschritt für die Fragebogenentwicklung eines Online-Survey, der sich bundesweit an Frauen aller Karrierestufen in der Wissenschaft richtet. Er beinhaltet u. a. Fragen zu deren wahrgenommener individueller Sichtbarkeit, zu hinderlichen und fördernden Einflussfaktoren auf ihre Sichtbarkeit, ihren bereits ergriffenen Maßnahmen zu einer Erhöhung der eigenen Sichtbarkeit sowie zu weiteren Bedarfen an Maßnahmen und Unterstützung beinhalten. Doch was genau ist eigentlich ein Design Sprint?

GRUNDSÄTZLICHE IDEE EINES DESIGN SPRINT

Ein Design Sprint ist eine besondere Art der Problemlösung, bei der ein Team fokussiert, unter engen Zeitvorgaben und mit verschiedenen Tools gemeinsam arbeitet. In der Praxis werden unter dem Begriff *Design Sprint* verschiedene Ansätze verstanden, die alle dem Design Thinking ähneln. Design Thinking ist eine innovative Methode, die zum Ziel hat, komplexe Problemstellungen mit kreativen neuen Ideen zu lösen, die ganz besonders aus der Nutzer:innen bzw. Anwender:innen-Sicht überzeugend sind. Auch ein Design Sprint hat den Vorteil, dass mit Informationen und Feedback von potenziellen Anwender:innen



gearbeitet wird. Das erhöht die Erfolgswahrscheinlichkeit und reduziert das Risiko eines späteren Scheiterns einer im Sprint entwickelten Lösung.

Das Team für einen Design Sprint sollte möglichst heterogen und interdisziplinär zusammengesetzt sein. Ein großer Raum, ausreichend flexible Arbeitsmöglichkeiten wie etwa verschiebbares Mobiliar, Whiteboards und Haftnotizen, sind für die gemeinsame Arbeit unerlässlich.

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

Im Anschluss werden sogenannte Storyboards als Grundlage für das Prototyping entwickelt und genutzt, bevor der/die Prototyp(en) in Feedbackschleifen getestet werden. Schließlich wird anhand der ersten Ergebnisse festgestellt, ob die Idee realisierbar ist, ob der/die Prototyp(en) weitere Iterationen benötigen oder ob der Design Sprint fortgesetzt werden soll.²

DER SPARK-DESIGN SPRINT

Der SPARK-Design Sprint war als eintägige Präsenzveranstaltung mit 15 Teilnehmerinnen im Witi Innovationslabor an der Deutschen Universität für Verwaltungswissenschaften in Speyer geplant. Deswegen wurden im Rahmen dieser vergleichsweise kurzen Veranstaltung nicht alle Stufen eines üblichen Sprints vollumfänglich durchgeführt. Infolge der im Februar noch immer geltenden Abstandsregelungen aufgrund der Covid-19-Pandemie wurde der Design Sprint zudem via Zoom durchgeführt. Für Diskussionen und Kleingruppenarbeit wurden Breakout-Sessions und Conceptboard genutzt, was insgesamt sehr gut funktioniert hat.

Zum Design Sprint im Rahmen des SPARK-Projekts wurden Expertinnen verschiedenster Fachgebiete eingeladen, die sich u. a. mit Genderforschung, Wissenschaftskommunikation oder Projekten zur Erhöhung der Sichtbarkeit von Frauen beschäftigen und selbst bereits vielfältig sichtbar geworden sind, z.B. über Konferenzen,

¹ Unser Dank gilt an dieser Stelle auch Dr. Iryna Kloster, die für die Vorbereitung und Durchführung des Design Sprints wesentlich verantwortlich war.

² Quelle: <https://blog.seibert-media.net/blog/2017/06/26/schnell-ideen-entwickeln-testen-und-validieren-unsere-ersten-erfahrungen-mit-design-sprints/>, Zugriff am 17.06.2022



Social Media und persönliche Netzwerke. Die Durchführung als Onlineveranstaltung tat der Bereitschaft zur Teilnahme an der Veranstaltung keinen Abbruch. Im Gegenteil, die hohe Teilnahmebereitschaft am Design Sprint trotz kurzfristiger Einladung lässt sich, neben dem Thema, v. a. auf das Online-Format zurückführen, das keine Anreise der Teilnehmerinnen aus ganz Deutschland erfordert hat.

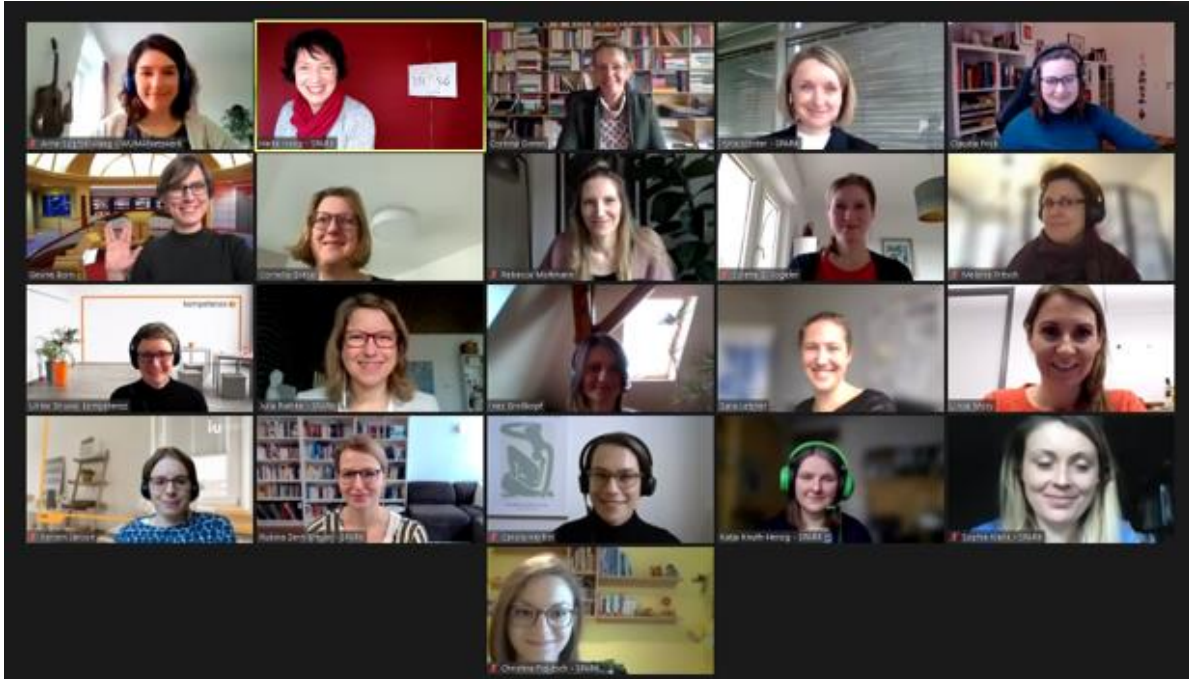
Lesson Learned 1: Ein Design Sprint kann problemlos online durchgeführt werden. Das ermöglicht zudem eine niederschwellige und kostenneutrale Teilnahme, die ortsunabhängig ist.

Abbildung 1: Liste der Teilnehmerinnen und ihre derzeitige berufliche Ausrichtung dargestellt

Name	Institution	Funktion
Dr. Sara Letzner	Universität Duisburg Essen	Neurowissenschaftlerin, EU Forschungsreferentin
Prof. Dr. Corinna Onnen	Uni Vechta	Dekanin, Genderforscherin wiss. Karrieren
Dr. Kerstin Janson	IU	Forschungsreferentin, Hochschulforscherin, Transferexpertin
Anne-Sophie Waag	Wuman Netzwerk Uni Mannheim	Bildungswissenschaftlerin, Koordination Wuman Netzwerk
Rebecca Moltmann	WiMaKo Kolleg	Referentin für Wissenschaftskommunikation und Öffentlichkeitsarbeit, Science S*heroes Podcast
Prof. Dr. Claudia Frick	TH Köln	Wisskomm Prof und aktive Kommunikatorin
Dr. Linda Mory	SAP und FÖV	Honorarprofessorin an der DUV Speyer, Project Consultant Expert bei SAP SE
Prof. Dr. Cornelia Gräsel	Uni Wuppertal	Präsidentin der GEBF - Gesellschaft für empirische Bildungsforschung
Dr. Melanie Fritsch	Heinrich Heine Universität Düsseldorf	Juniorprofessorin, Medien- und Kulturwissenschaft
Carola Herbst	Kompetenzzentrum Technik-Diversity-Chancengleichheit e.V.	Projektleitung Plattform #InnovativeFrauen
Dr. Ulrike Struwe	Kompetenzzentrum Technik-Diversity-Chancengleichheit e.V.	Geschäftsführerin des Kompetenzzentrums Technik-Diversity-Chancengleichheit e.V.
Ines Großkopf	Kompetenzzentrum Technik-Diversity-Chancengleichheit e.V.	Diplom-Soziologin
Prof. Dr. Colette Vogeler	DUV, Vergleichende Verwaltungswissenschaft und Policy-Analyse	Professorin an der DUV Speyer
Gesine Born	HTW Berlin	freie Fotografin, Dozentin für Fotografie



Abbildung 2: Teilnehmerinnen und SPARK-Projektteam während der Begrüßung zum Design Sprint



Ablauf des SPARK-Design Sprints: Verstehen – Skizzieren – Entscheiden

Beim SPARK-Design Sprint begrüßte die professionelle Moderatorin Heike Heeg (www.c-hochdrei.de) zunächst die Teilnehmerinnen. Es gab eine ausführliche Vorstellungsrunde, die Konzeption und Idee des SPARK Design Sprints und das Projekt wurden kurz vorgestellt. Es wurde auch in den Umgang mit dem Conceptboard eingeführt sowie die „Ways of working“ für den Workshop tag geklärt (vgl. Abb. 4).

Für die gemeinsame Arbeit im Workshop hatte die Moderation ein Conceptboard vorbereitet, das über den gesamten Tag genutzt wurde. Dort hatten die Teilnehmerinnen auch die Möglichkeit, spontane Gedanken in einem Ideenspeicher festzuhalten. Zudem gab es einen virtuellen „Sitzkreis“ und die Möglichkeit zur Vernetzung über den Workshop hinaus in der digitalen Networking Lounge. Diese wurde mit großer Begeisterung genutzt, sodass jede Teilnehmerin die dort veröffentlichten Kontaktdaten der anderen für sich abspeichern konnte. Während des gesamten Workshops herrschte eine offene, kommunikative und positive Atmosphäre. Die Teilnehmerinnen fanden den Austausch über das Thema sehr spannend und waren daran interessiert, die anderen Teilnehmerinnen kennenzulernen. Besonders rege wurden dafür die Online-Pausenräume genutzt. Auch nach dem offiziellen Ende des Workshops wollten sich einige Teilnehmerinnen noch über diesen Weg weiter austauschen.

Abbildung 3: Das Auge designed mit - Agenda des SPARK Design Sprint im kreativen Sketch-Note Design von Heike Heeg



Abbildung 4: Ways of Working im SPARK Design Sprint Conceptboard Design

WAYS OF WORKING

Workshop "DU"

Chatham House Rule -
Prinzip Vertraulichkeit

Timeboxing +
"Sprints"

Wir hätten gerne ein
FOTO - aber machen
keine Aufnahme

Mix & Match in
Kleingruppen



Jede Idee zählt! Ideen
& Impulse jederzeit
willkommen :-)



Lesson Learned 2: Es ist sinnvoll, Breakout-Rooms auch in den Pausen und im Anschluss an die Veranstaltung anzubieten, um eine weitere Vernetzung zwischen den Teilnehmenden zu ermöglichen.

Im Anschluss an die beschriebene Einstiegsphase in den Design Sprint wurde als erste zentrale Session im Ablaufplan der Punkt des „**Verstehens**“ gemeinsam adressiert. Hierbei kreiste die gemeinsame Arbeit um die Frage *Was fördert und was hindert Sichtbarkeit?*.

Als zweiter Punkt schloss sich die Session „**Skizzieren**“ mit den folgenden Fragen an:

1. *Wie stellen wir sicher, dass Frauen absolut unsichtbar bleiben?*
2. *Und welche verrückten Ideen leiten sich daraus ab?*
3. *Als wär's ein Bild... was ist unsere Vision für Sichtbarkeit... in 4 Monaten... in 4 Jahren?*

Schließlich beschäftigte sich die letzte Session des „**Entscheidens**“ mit den Fragen:

1. *Wann haben wir Sichtbarkeit erreicht?*
2. *Welche (verrückten) Formate sind dafür nötig? Welche guten Ideen können wir „klauen“?*
3. *Welche TOP 3 Ideen für Sichtbarkeit kristallisieren sich heraus?*

Die letzten beiden Etappen „**Entwickeln**“ und „**Testen**“ wurden in die anschließende Projektphase der Werkstattworkshop-Entwicklung und -Durchführung „ausgelagert“.

Die Kleingruppen, die in diesen drei Sessions zusammenarbeiteten, wurden moderiert von dem SPARK-Team: Dr. Julia Rathke, Dr. Katja Knuth-Herzig, Dr. Rubina Zern-Breuer und Dr. Iryna Kloster/Christina Prautsch. Durch die Kleingruppenarbeiten in den verschiedenen Personenkonstellationen wurde der Design Sprint im Ganzen als sehr kurzweilig erlebt und es konnte intensiv miteinander kommuniziert werden. Zum Abschluss des Design Sprints wurde ein Check Out mit Foto gemacht, der von positivem Feedback und dem Wunsch nach weiterem Kontakt geprägt war.

Lesson Learned 3: Interaktivität, Austausch und vielfältige Möglichkeiten zu Netzwerken sowie eine professionelle Moderation sind auch oder gerade speziell im Rahmen von Online-Formaten zentral.

Im Folgenden sollen nun detailliert die gemeinsam erarbeiteten Ergebnisse der drei einzelnen Sessions bzw. die erarbeiteten Antworten auf die dort gestellten Fragen vorgestellt werden.

Session 1 „Verstehen“

Über die Frage *Was fördert und was hindert Sichtbarkeit?* wurde in vier Gruppen mit jeweils vier bis fünf Personen rege diskutiert. Bei der Sicherung der Antworten auf dem Conceptboard (beispielhaft vgl. Abb. 5) wurden zahlreiche Stichpunkte dazu festgehalten und viele sich auch überschneidende Antworten gefunden.

Neben verschiedenen fördernden Faktoren, deren Abwesenheit gleichzeitig auch ein Hindernis darstellt, nannten die Teilnehmerinnen auch weitere hindernde Faktoren wie beispielsweise Zeitmangel, geringe Ressourcen, hindernde männliche Verbünde, starre Hierarchien, der Wegfall von Internetpräsenz durch Arbeitgeberwechsel oder das von außen auferlegte Bild der „Quotenfrau“.

Abbildung 5: Beispiel für die Stichwortsammlung zum Thema „Was fördert und was hindert Sichtbarkeit?“



Zusammengefasst lässt sich sagen, dass individuelle Definitionen einer positiven Sichtbarkeit gefunden werden sollten, die auf einer bewussten Reflexion und Analyse der eigenen Kompetenzen und Werte aufbaut. Daraus können dann persönliche Ziele für die eigene Sichtbarkeit abgeleitet und die Umsetzung dieser Ziele durch Maßnahmen wie Karrieretraining oder die Begleitung durch Mentorinnen gezielt unterstützt werden. Zusätzlich müsste eine authentische Bereitschaft dazu aufgebaut werden, tatsächlich auch stärker in die Öffentlichkeit treten bzw. dort wahrgenommen werden zu wollen. Hierzu können Empowerment-Workshops oder entsprechende Workshop-Elemente, die in ein umfassenderes Programm eingebunden sind, hilfreich sein. Wird dieser Bereich nicht thematisiert, besteht die Gefahr, dass persönliche Eigenschaften wie z.B. Bescheidenheit



und Perfektionismus oder auch Befürchtungen, wie z.B. die Angst vor Shitstorms den Schritt zu einer höheren Sichtbarkeit verhindern. Erst im Anschluss sollten dann weitere Maßnahmen strategisch geplant werden.

Als solche weiteren fördernden Maßnahmen für die eigene Sichtbarkeit wurden (digitale) Netzwerke, verschiedene Beteiligungen in peer groups, anderweitige Mitgliedschaften/Funktionen inner- oder außerhalb der eigenen Organisation sowie (häufige) Standortwechsel genannt. Zudem sollte eine breite Sichtbarkeit durch eigene Publikationen und Zitationen vorhanden sein. Voraussetzung hierfür ist die Qualität der eigenen wissenschaftlichen Arbeit.

Lesson Learned 4: Für eine authentische Sichtbarkeitsstrategie ist es zunächst notwendig individuelle Ziele zu identifizieren und die Bereitschaft, stärker in die Öffentlichkeiten treten zu wollen, entsprechend der persönlichen Präferenzen, Bedürfnisse und Ziele aufzubauen.

Session 2 „Skizzieren“

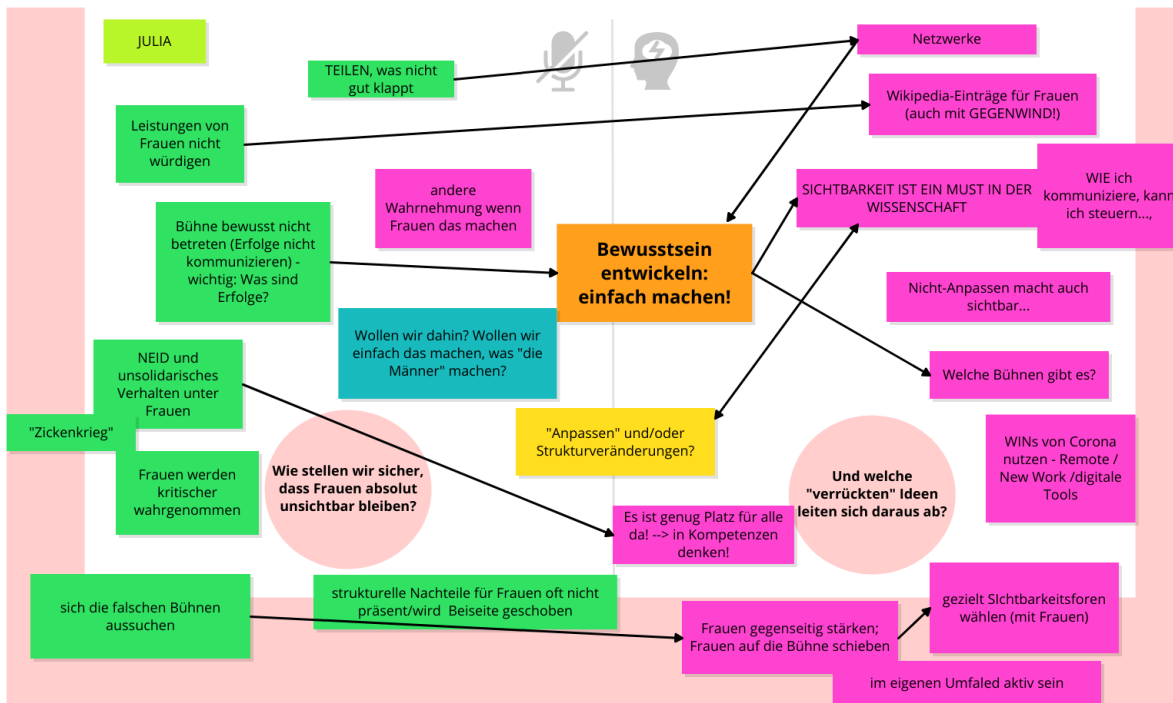
Durch den ersten Teil der Fragestellung für die zweite Session: *Wie stellen wir sicher, dass Frauen absolut unsichtbar bleiben?* sollten die Teilnehmerinnen bewusst die (potenziellen) Hindernisse bei der Sichtbarwerdung von Frauen reflektieren (beispielhaft vgl. Abb. 6).

Als ein erster Hemmnisfaktor wurde das Festhalten an bestehenden, als stereotyp wahrgenommenen weiblichen Verhaltensmustern diskutiert. Vor allem geht es hierbei um die individuelle Akzeptanz der eigenen „unsichtbaren“ Situation, was dazu führt, dass gar nicht erst versucht wird, etwas in Bezug auf die eigene Sichtbarkeit zu verändern. Stattdessen wird weiterhin vermehrt die wenig prestigeträchtige sog. „Academic Housework“³ übernommen, die zentral für die Zusammenarbeit ist, aber unsichtbar bleibt und Ressourcen kostet. Als weiterer Hemmschuh hat sich erwiesen, dass Frauen weniger Zeit und Raum für ihre eigenen wissenschaftlichen Ideen oder das Vorantreiben ihrer Sichtbarkeit einfordern. Auch unberechtigte Zweifel an der eigenen Qualifikation (auch bekannt als „Impostor Syndrom“⁴) wurden genannt, die dazu führen, sich gegenüber anderen kleiner und unsichtbarer zu machen. Durch eine leise oder hohe Stimmlage bzw. schnelles Sprechen kann diese innerliche Einstellung stark nach außen transportiert werden und dazu beitragen, die Wirkung als Expertin zu reduzieren.

³ Z.B. Macfarlane, B., and D. Burg. 2019. “Women Professors and the Academic Housework Trap.” *Journal of Higher Education Policy and Management* 41: 262–274.

⁴ Z.B. Sakulku, J. (2011). The Impostor Phenomenon. *The Journal of Behavioral Science*, 6(1), 75–97.

Abbildung 6: Beispiel für die Stichwortsammlung zu den Themen “Wie stellen wir sicher, dass Frauen absolut unsichtbar bleiben?” und “Welche verrückten Ideen leiten sich daraus ab?”



Lesson Learned 5: Auch wenn gendergerechte Sichtbarkeit in der Wissenschaft nach wie vor durch strukturelle Benachteiligung erschwert wird, haben Frauen in der Wissenschaft vielfältige Möglichkeiten, ihre eigene Sichtbarkeit sukzessive zu erhöhen. Ein erster wichtiger Schritt hierbei ist es, die eigene Sichtbarkeit wichtig zu nehmen.

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



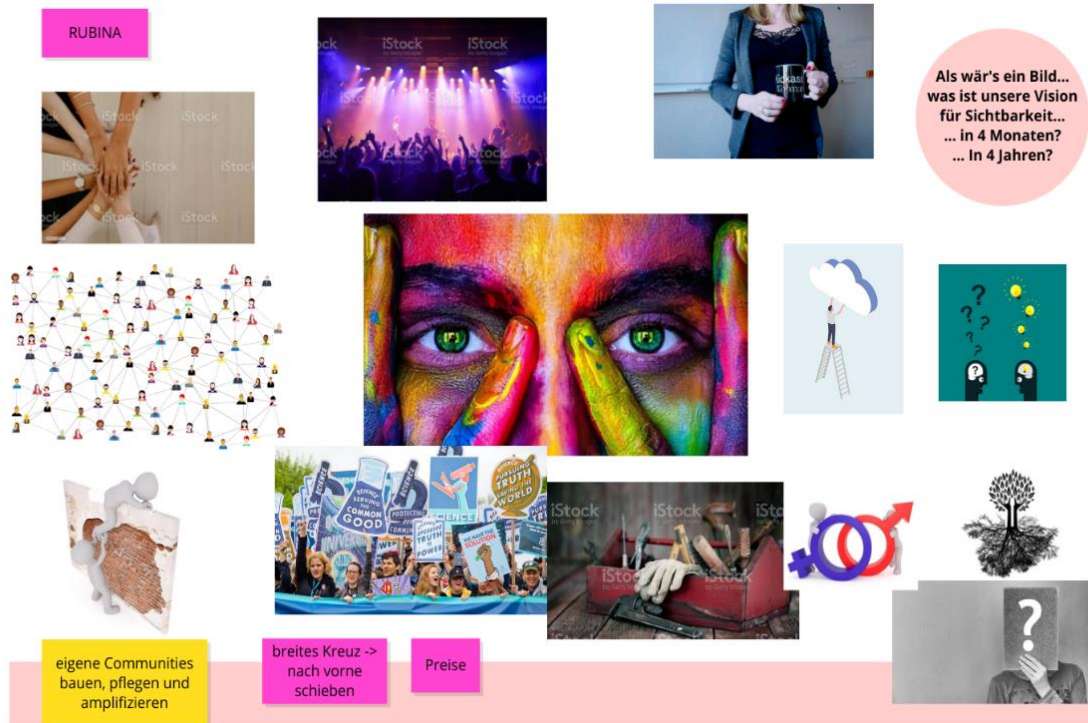
Lesson Learned 6: Je mehr Frauen in der Wissenschaft sichtbar werden, desto mehr werden auch noch immer vorhandene strukturelle Benachteiligungen sichtbar werden. Allerdings ist dies nicht ausreichend; es braucht zudem die nachhaltige Unterstützung der jeweiligen Forschungsinstitution sowie die strukturelle Verankerung von sichtbarkeitsfördernden Maßnahmen im gesamten Wissenschaftssystem.

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

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

Ein dritter Teil der Session bestand darin, eine gemeinsame Vision für Sichtbarkeit in den Kleingruppen zu entwickeln. Als Zeitachse wurde hierbei „in vier Monaten“ und „in vier Jahren“ angegeben. Abbildung 7 zeigt hierzu wiederum ein Beispiel aus einer der Gruppen. Ein Konsens aus den verschiedenen Visionen der Gruppen war, dass den Klischees bezüglich der Berufsausübung und der Karriereperspektiven entgegengewirkt werden muss, sodass erfolgreiche Frauen zur alltäglich sichtbaren Realität werden. Schaut man sich die strukturelle Dimension an, steht die Hürde der Betreuungsaufgaben, die immer noch schwerpunktmäßig Frauen zugeordnet wird, dem noch stark entgegen. Kinder sollten durch eine verbesserte Kinderbetreuung, flexible Arbeitszeitmodelle und weitere staatliche Instrumente leichter in die Karriereplanung integriert werden können. Außerdem besteht bezogen auf die individuelle Einstellung die Vision, dass Frauen den Mut haben, sich selbstbewusst zu zeigen, sozusagen „auf die Bühne zu treten“, und dadurch auch zu Rollenvorbildern für andere Frauen zu werden.

Abbildung 7: Ergebnisbeispiel “Was ist unsere Vision für Sichtbarkeit... in 4 Monaten? ...in 4 Jahren?”



Wirft man einen Blick auf die Vision des persönlichen Umfeldes, würden Frauen generationenübergreifend zusammenarbeiten, Communities auf- und ausbauen. Durch diese Sichtbarkeit würden sie als Expertinnen angesprochen und dadurch in den Medien und der Öffentlichkeit präsent sein. Die Männerdominanz könnte somit überwunden werden. Außerdem wurde rege diskutiert, dass die Bühne über das Geschlecht hinausgehend, bunter werden müsste und alle Wissenschaftler:innen unabhängig von ihrer sozialen Herkunft, dem Migrationshintergrund und binäre Geschlechtervorstellungen gleichberechtigt sichtbar sein sollten. (beispielhaft vgl. Abb. 8).

Lesson Learned 7: Strukturelle und/oder individuelle Gegebenheiten können der Sichtbarkeit und damit einer erfolgreichen Karriereplanung im Weg stehen. Durch Community-Aufbau und Pflege sowie Orientierung an Role Models und die Reflexion eigener Werte ist die Entwicklung einer positiven Vision für die persönliche Sichtbarkeit dennoch möglich und wünschenswert.

Nach dieser Session wurde ein kurzes Zwischenfazit mittels einer Wortwolke gezogen, das durchweg positiv ausfiel (vgl. Abb. 8). Es war allerdings stark geprägt von einem Zwiespalt



zwischen der Erkenntnis über die aktuelle Realität zum Thema Sichtbarkeit von Frauen und einer Aufbruchstimmung, hier etwas zum Positiven hin zu verändern.

Abbildung 8: Wortwolke als Zwischenfazit



Session 3 „Entscheiden“

In der dritten und finalen Session ging es zunächst darum, gemeinsam eine Definition von Sichtbarkeit für die weitere Arbeit im SPARK-Projekt zu entwickeln, inklusive Kriterien dafür, wann eine positive Sichtbarkeit hergestellt ist. Beispiele, anhand derer eine solche Sichtbarkeit feststellbar wäre, sind beispielsweise paritätische Besetzungen bei Professor:innenstellen oder Gesprächsrunden/Podiumsdiskussionen/Talks, ohne dass dies auf eine konkrete Fördermaßnahme (Quotenregelungen) zurückzuführen ist. Es sollte die reine Fachlichkeit zählen, sodass Wissenschaftler:innen unabhängig von ihrem (binären) Geschlecht, aber auch ihrer (sozialen) Herkunft, lediglich aufgrund ihrer Expertise angefragt, für hochwertige Stellen angesprochen oder wissenschaftlich oder öffentlich zitiert werden. Die Wissenschaftlerinnen sollten mit ihrem Portfolio auch einer breiten Öffentlichkeit bekannt sein. Wichtig dabei ist, dass das Geschlecht keine wesentliche Rolle mehr spielt, sodass Frauen weder bezüglich ihrer Eigenschaften, Einstellungen noch Meinungen auf ihr Geschlecht reduziert werden. Zudem müssten die hindernden strukturellen Probleme bereits gelöst sein. Unter dem Wort „Wissenschaft“ sollten letztendlich sowohl Frauen als auch Männer assoziiert werden. Zusätzlich müssten erfolgreiche Frauen der Vergangenheit nachträglich bspw. durch ein Porträtieren sichtbar gemacht werden.

Lesson Learned 8: Sichtbarkeit ist erreicht, wenn Wissenschaftlerinnen der heutigen Generation in der Breite als Expertinnen wahrgenommen und angesprochen werden sowie Wissenschaftlerinnen früherer Generationen stärker sichtbar gemacht werden. Ziel ist es, dass spezielle sichtbarkeitsfördernde Maßnahmen für keine Personengruppe mehr notwendig sind.

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

Abbildung 9: Ideen zu den Fragen: "Wann haben wir Sichtbarkeit erreicht? Unsere Arbeitsdefinition..." " ...und welche verrückten Formate sind dafür nötig? Welche guten Ideen können wir klauen?"



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



verschiedenen Dingen auszuprobieren zu können, um die individuelle Sichtbarkeitsstrategie aktiv herauszuarbeiten.

Will man die digitale Sichtbarkeit verbessern, können Workshops zum Aufbau und Ausbau der Kompetenzen im Umgang mit Sozialen Medien helfen. Weitere Formate wären der Aufbau von fachübergreifenden Datenbanken zu Wissenschaftlerinnen, Rundfunkinterviews mit Wissenschaftlerinnen zu den Kernzeiten, die Teilnahme an Science Slams, die Aufnahme von Podcasts oder die Erstellung einer institutionenunabhängigen Webseite, wie zum Beispiel die Seite www.innovative-frauen.de. Zudem kann gute Wissenschaftskommunikation per se helfen, auch die persönliche Sichtbarkeit als Expertin im eigenen Forschungsfeld zu erhöhen. Im Gesamtbild scheint es besonders wichtig, den Wissenschaftlerinnen den Raum und die Zeit für Reflexionen, Experimentieren mit Formaten und die Entwicklung ihrer eigenen Sichtbarkeitsstrategie zu geben (beispielhaft vgl. Abb. 9).

Lesson Learned 9: Um Sichtbarkeit gezielt zu adressieren, wird Zeit für Reflexion, Freiraum zum Ausprobieren von Maßnahmen zur Sichtbarwerdung sowie ein Austausch in Peer-Groups und Expertinnen-Tandems benötigt. Dabei muss die individuelle Sichtbarkeitsstrategie jederzeit eine zentrale Rolle spielen.

Zum Abschluss wurden alle Kleingruppen gebeten, ihre Top 3 Ideen für einen Workshop zur Unterstützung der Sichtbarkeit von Frauen in der Wissenschaft aufzustellen. Dabei fanden sich insgesamt neun verschiedene konkrete Vorschläge bzw. Ideen, über die dann noch bzgl. eines Favoriten abgestimmt wurde.

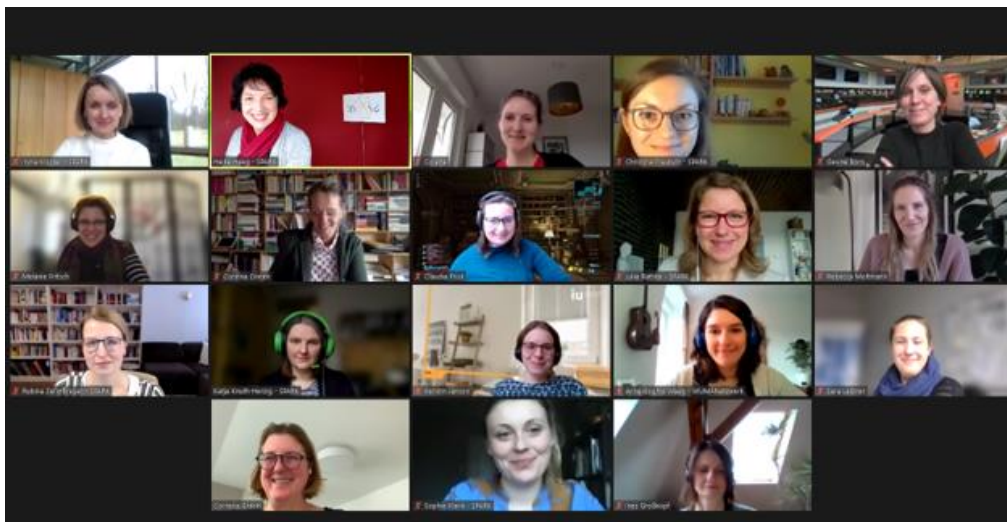
1. Unterstützer*innen/Mentor*innen
2. Trainings/Workshops (mit integrierten Rollenvorbildern), Workshops zu Empowerment, Stimmeinsatz, Rhetorik
3. Individuelles Coaching
4. Challenges
5. Moderationstools: „Train the chairs“
6. Netzwerke, Austauschmöglichkeiten mit anderen Wissenschaftlerinnen in kleinen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

Besonders viel Resonanz erhielt die Idee einer Challenge unter Kolleginnen, bei jeder anstehenden Sitzung, Tagung, Präsentation etc. mindestens einen Wortbeitrag zu leisten bzw. eine Frage zu stellen und sich so in seiner eigenen Sichtbarkeit immer mehr auszuprobieren und wohler zu fühlen.



Mit diesem Kondensat der Arbeit aus dem gemeinsamen Workshop-Tag und einem durchweg positiven und aktivierenden Feedback konnte der Design Sprint mit dem „Zielfoto“ erfolgreich abgeschlossen werden (vgl. Abb. 10).

Abbildung 10: Feedback und Zielfoto zum Design Sprint



AUSBLICK

Der Design Sprint lieferte wertvolle Hinweise für die Erarbeitung des SPARK-Werkstattworkshops und für die Zusammenstellung der Fragen für ein Online-Survey zur Förderung der Sichtbarkeit von innovativen Frauen in der Wissenschaft, der ebenfalls im Rahmen des SPARK-Projekts durchgeführt wird.



Für die Vorbereitung des Werkstattworkshops kristallisierte sich heraus, dass zunächst bei den persönlichen Werten angesetzt werden sollte, um die individuell gewünschte Sichtbarkeit zu definieren. Neben der Thematisierung von (strukturellen) Hürden soll im Workshop auch an individuellen Einstellungen zum Thema gearbeitet werden, bspw. durch Empowerment-Elemente.

Einen wesentlichen Anteil des Werkstattworkshops sollte die Möglichkeit einnehmen, verschiedene Möglichkeiten der Sichtbarwerdung aktiv auszuprobieren. Da aus dem Design Sprint leider nicht, wie ursprünglich erwartet, ganz konkrete Bedarfe herausgearbeitet werden konnten, soll ein breites Spektrum an Tools und Methoden zum Ausprobieren im Werkstattworkshop zur Verfügung gestellt werden. Aus diesen können die Teilnehmerinnen individuell und an ihren Werten und Sichtbarkeitszielen orientiert frei wählen.

Ebenso individuell sollte auch die anschließende Praxisphase gestaltet werden. Den festen Rahmen dazu wird allerdings der Austausch in der Peer Group und in Expertinnen-Tandems geben. Aus diesen Bausteinen heraus hat sich folgende Struktur für den Werkstattworkshop ergeben: Session 1 „Sichtbarkeit und Werte“, Session 2 „Praxisbeispiele: Was machen andere?“, Session 3 „Antagonisten: Strukturelle Probleme und Hürden“, Session 4 „Rallye: Empowerment und Rallye der Sichtbarkeit“ mit den Rallyestationen Online-Sichtbarkeit/Podcast/Video/Porträt/Ruhe & Reflexion/Ideation-Sitzung/Wikipedia-Schreibwerkstatt, Session 5 „Konkretisierung: Ziele und Strategien“.

Die Erkenntnisse aus der Durchführung dieses Workshops werden im Rahmen des nächsten Lessons Learned Paper berichtet und reflektiert, das im Sommer 2022 auf der Projektwebseite www.spark-speyer.de abrufbar sein wird.

