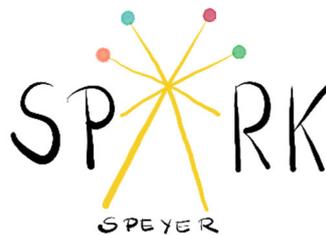


2. SPARK LESSONS LEARNED PAPER

WERKSTATTWORKSHOP „SICHTBARKEIT FÜR FRAUEN IN DER WISSENSCHAFT“

Julia Rathke | Katja Knuth-Herzig | Rubina Zern-Breuer | Christina Prautsch | Lena Milker |
Phillipp Komaromi | Sophie Klenk

Speyer, Oktober 2022



GEFÖRDERT VOM



Bundesministerium
für Bildung
und Forschung



ZUR EINFÜHRUNG

Ihnen liegt hier das zweite 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 dabei Wissenschaftlerinnen begleitet, die (positive Sichtbarkeit) ihrer wissenschaftlichen Leistung zu erhöhen. Dabei legen wir hier eine Definition zu Grunde, die im Rahmen des SPARK Design Sprint entwickelt wurde:

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.

Aufbauend auf den Ideen, die im SPARK Design Sprint (vgl. Prautsch et al. 2022) zusammen mit Expertinnen entwickelt wurden, konnte im April 2022 das Herzstück des Projektes SPARK, der „SPARK-Werkstattworkshop – Sichtbarkeit von Frauen in der Wissenschaft“ zusammen mit acht Wissenschaftlerinnen im WITI Innovationslabor an der Universität Speyer durchgeführt werden.

Im vorliegenden Lessons Learned Paper dokumentieren wir 20 Erkenntnisse (sog. „Lessons Learned“), die wir gewinnen konnten:

1. Workshops und Weiterbildungen zur Relevanz, Reflexion und Erprobung von Sichtbarkeitsstrategien für Wissenschaftlerinnen sollten
 - a. so früh wie möglich in der Karriere angeboten und wahrgenommen werden.
 - b. kontinuierlich die Karriere einer Wissenschaftlerin begleiten und für alle Karrierestufen angeboten werden.
 - c. in rein weiblichen Workshopsettings durchgeführt werden, um die spezifischen Problemlagen und Bedürfnisse von Frauen gezielt adressieren zu können.
 - d. darüber hinaus geschlechterübergreifend sowie weitere Zielgruppen adressierend angeboten werden.
2. Auch wenn die Fähigkeit und Bereitschaft sich virtuell zu vernetzen, größer geworden ist, wirkt sich die geografische Nähe der Teilnehmenden positiv auf die Vernetzungsbereitschaft aus.



3. Mehrtägige Präsenz-Workshops, die vielbeschäftigte Personengruppen wie Wissenschaftlerinnen adressieren, müssen mit ausreichend Vorlauf geplant und terminiert werden. Idealerweise sollten Termine gewählt werden, die außerhalb der Vorlesungszeit aber auch außerhalb der Schulferienzeit liegen.
4. Ein Workbook bietet die Möglichkeit, Ideen und Erkenntnisse langfristig und nachhaltig festzuhalten und hatte somit einen großen Mehrwert für den Werkstatt-Workshop, der den Vorbereitungsaufwand mehr als rechtfertigte.
5. Das Konzept des Werkstattworkshops erfordert idealerweise ein Setting, das vielfältige räumliche Möglichkeiten bietet sowohl für co-kreative Prozesse als auch für individuelle Reflexion und informelle Netzwerkmöglichkeiten.
6. Je besser die personelle Ausstattung des Teams, desto individueller kann auf die Bedürfnisse der Teilnehmerinnen eingegangen und eine individuelle Betreuung und Beratung gewährleistet werden.
7. Bei mehrtägigen Workshops bieten sich gemeinsame Übernachtungsmöglichkeiten und Abendaktivitäten an, um den Austausch und die Vernetzungsmöglichkeiten zu fördern.
8. Eine (zu Beginn kleinschrittige) Analyse der eigenen Werte, Risiken und Ziele bildet einen guten Ausgangspunkt und eine stabile Grundlage für nachhaltige Sichtbarkeitsstrategien und -aktivitäten.
9. Konkrete Praxisbeispiele können inspirieren und motivieren, die ersten großen Hürden zur Sichtbarwerdung zu nehmen.
10. Die strukturelle Benachteiligung von Frauen in der Wissenschaft sollte als Thematik (immer wieder) aufgegriffen und diskutiert werden, um selbstständiges und nachhaltiges Umdenken anzustoßen.
11. Das Projekt „mehr Sichtbarkeit für sich selbst und die eigene Wissenschaft“ ist kein Sprint, sondern ein Marathon und erfordert daher eine langfristige und nachhaltige Umsetzungsstrategie, deren Erfolg durch Empowerment und eine Stärkung der Selbstwirksamkeitsüberzeugung unterstützt werden kann und sollte.
12. Eine Ideation unterstützt dabei, einen neuen Blick für die eigenen, authentischen Möglichkeiten zur Sichtbarkeit zu erhalten und sollte daher zu Beginn des Praxisteils stehen.
13. Podcasts stellen eine gute Möglichkeit dar, die eigene Forschung sichtbar zu machen. Teilnehmerinnen mit dem technischen Equipment vertraut zu machen und



mögliche Inhalte mit Ihnen zu reflektieren, erhöht die Bereitschaft, dieses Medium auch tatsächlich zu nutzen.

14. Für Fotoaufnahmen ist es hilfreich, zuvor die eigenen Werte reflektiert zu haben, um bei den Fotos eine bessere Vorstellung zu haben, wie man wirken möchte.
15. Präsentationstechniken lassen sich immer verfeinern und sind grundlegend für alle Sichtbarkeitsstrategien. Statt diese in Kleingruppen während der Rallye zu adressieren, sollten sie künftig im Vorfeld der Sichtbarkeitsrallye für alle gemeinsam (mit Kleingruppenarbeiten) angeboten werden. Videoaufnahmen unterstützen dabei, Präsentationstechniken zu üben und auszuprobieren.
16. Um sich von klassisch-wissenschaftlichen Wikipedia-Einträgen abzuheben, sollten Wissenschaftlerinnen ihre Forschung aus verschiedenen Blickwinkeln reflektieren.
17. Auch im Bereich Social Media ist es wichtig eine individuelle Strategie zu entwickeln, die sich an eigenen Zielen und adressierten Zielgruppen orientiert. Hinzu kommt hier, mehr als in anderen Bereichen, die Reflexion über die Frage, wie viel persönliche Information geteilt werden soll.
18. Abgesehen von konkreten Theorie- und Praxisinputs sind Raum und Möglichkeiten für Reflexion, Austausch und Netzwerken von zentraler Bedeutung.
19. Bei einer Wiederholung dieses Workshopformats könnte mehr Zeit für den Praxisteil sowie für Pausen eingeplant werden.
20. Eine begleitete Praxisphase im Anschluss an den Werkstattworkshop hat sich als hilfreich und wertvoll herausgestellt, sollte allerdings idealerweise auf die vorlesungsfreie Zeit gelegt werden.

Wir bedanken uns bei den Teilnehmerinnen des Werkstattworkshops herzlich für die konstruktive Zusammenarbeit und freuen uns, die Ergebnisse umzusetzen und so gemeinsam einen Beitrag zu dieser großen Vision leisten zu dürfen!

Stichworte / Zielgruppe

Frauen | Wissenschaft | Sichtbarkeit | Workshop | Ideation | Universität | Professorinnen
| Wissenschaftlerinnen | Podcast | Kollegiale Beratung | Social Media



Im beim BMBF eingereichten Antrag wurde die Konzeption des Werkstatt-Workshop vollkommen offengehalten, weil eine Kernidee von SPARK ist, diesen wissenschaftlichen fundiert und zielgruppenspezifisch auf Basis des Design Sprints erst innerhalb der Projektlaufzeit zu konzipieren:

Um der innovativen Methodik eines Design Sprint vollständig gerecht zu werden, arbeiten wir bewusst mit einer gewissen Ergebnisoffenheit in Hinblick auf den Workshop 2. So wollen wir zum Zeitpunkt der Antragstellung zum Beispiel die im Workshop zu thematisierenden Mittel und Wege zur Sichtbarmachung unserer Zielgruppe "exzellente (Nachwuchs)Forscherinnen" noch nicht vollends definieren, da deren Auswahl teilweise von den Ergebnissen des Design Sprint mit den GenderforscherInnen und weiteren WissenschaftlerInnen mitbestimmt sein wird. (SPARK Projektantrag)

Um den Förderrichtlinien der Förderlinie „Innovative Frauen im Fokus“ zu entsprechen, wurde die Zielgruppe dennoch im Vorfeld auf mindestens hälftig aus Professorinnen bzw. Juniorprofessorinnen bestehend festgelegt. Die Erfahrungen des Werkstatt-Workshops ebenso wie des Design Sprints haben allerdings gezeigt, dass eine Erweiterung der Zielgruppe auf Wissenschaftlerinnen auch zu Beginn ihrer Karriere sinnvoll ist, da der Aufbau eines (sozialen) Netzwerks Zeit braucht – sowohl im Arbeitsalltag als auch im Sinne einer nachhaltigen Strategie. Mit anderen Worten: Je früher in der Karriere sich Wissenschaftlerinnen mit Sichtbarkeitsstrategien und Sichtbarkeitsinstrumenten auseinandersetzen, desto sichtbarer werden sie die im Laufe ihrer Karriere entstehenden innovativen Ideen und Ansätze, Forschungsprojekte und -ergebnisse präsentieren. Konkret am Beispiel der Sichtbarkeit in einem sozialen Netzwerk wie „Twitter“ erläutert, sollten jungen Wissenschaftlerinnen sich zunächst in Twitter umsehen und Wissenschaftlerinnen und Stakeholdern folgen, die sie als spannend und vorbildhaft empfinden. In einem nächsten Schritt kann dann geteilt, kommentiert und gelikt werden. So baut sich über die Jahre nicht nur eine „social community“ auf, sondern auch das technische Knowhow sowie die Gewohnheit, in den sozialen Medien aktiv und sichtbar zu sein.

Gleichzeitig verändern sich die Möglichkeiten und Strategien zur Sichtbarkeit im Laufe einer wissenschaftlichen Karriere ebenso wie die Bedingungen und Strukturen, gelernte Inhalte und Techniken geraten in Vergessenheit und Fördermöglichkeiten sowie günstige Phasen für Weiterbildungen sind stark individuell unterschiedlich, so dass sich zusätzlich ein Weiterbildungsbedarf für alle Karrierestufen ergibt.

Schließlich richtet sich die Förderlinie und damit auch das Projekt SPARK an innovative Frauen, was bedeutet, dass auch der SPARK-Workshop sich ausschließlich an Wissenschaftlerinnen und deren Leistungen richtet. Unsere Erfahrungen zeigen auch, dass ein Arbeiten in rein weiblichen Workshop-Settings den großen Vorteil bietet, dass spezifisch weibliche Problemlagen und Bedürfnisse gezielt adressiert werden können, was von den beteiligten Wissenschaftlerinnen durchweg positiv aufgenommen wurde.

Allerdings wurde sowohl von den Teilnehmer:innen des SPARK Design Sprints als auch des SPARK Werkstatt-Workshops kritisch angemerkt, dass derartige weibliche Fördernde Initiativen, Projekte und Förderlinien wenig zeitgemäß sind, weil sie die binäre



Wahrnehmung von Geschlecht und Gender fördern und die aktuelle Debatte um darüber hinaus gehende Vorstellungen (z.B. LGBTIQ+) nicht berücksichtigt. Auch werden traditionell als typisch weiblich wahrgenommene Problemlagen und Bedürfnisse (z.B. häusliche Carearbeit) zunehmend auch von Männern als solche wahrgenommen. Schließlich gibt es querliegende strukturelle Herausforderungen, wie die soziale Herkunft oder der Migrationshintergrund, die – ebenso wie das Geschlecht – ggf. spezifische Weiterbildungsangebote in diesem Bereich sinnvoll erscheinen lassen. So sollte es neben spezifisch weiblichen Workshop-Angeboten in Bezug auf Sichtbarkeit, genderoffene sowie andere zielgruppenspezifische Angebote geben.

Lesson Learned 1: Workshops und Weiterbildungen zur Relevanz, Reflexion und Erprobung von Sichtbarkeitsstrategien für Wissenschaftlerinnen sollten

- a. so früh wie möglich in der Karriere angeboten und wahrgenommen werden,
- b. kontinuierlich die Karriere einer Wissenschaftlerin begleiten und für alle Karrierestufen angeboten werden,
- c. in rein weiblichen Workshopsettings durchgeführt werden, um die spezifischen Problemlagen und Bedürfnisse von Frauen gezielt adressieren zu können und
- d. darüber hinaus geschlechterübergreifend sowie weitere Zielgruppen adressierend angeboten werden.

Zuletzt wollen wir einen Blick auf die geographische Eingrenzung im SPARK Workshop eingehen. Obwohl die Idee war, hier vor allem die Reisekosten (zeitlich und finanziell) zu minimieren, hat sich ein interessanter Nebeneffekt ergeben: die teilnehmenden Wissenschaftlerinnen können sich einfacher vernetzen. Auch wenn – durch die Covid19-Pandemie katalysiert und das SPARK-Team unterstützend (vgl. „SPARK-Snack“ unten) – die Vernetzung in erster Linie virtuell erfolgt, nehmen die Wissenschaftlerinnen durchaus die räumliche Nähe als Vorteil wahr, um sich ggf. auch rein praktisch und konkret bei der Umsetzung von z.B. Podcasts gegenseitig zu unterstützen.

Lesson Learned 2: Auch wenn die Fähigkeit und Bereitschaft sich virtuell zu vernetzen, größer geworden ist, wirkt sich die geografische Nähe der Teilnehmenden positiv auf die Vernetzungsbereitschaft aus.



Aufgrund der vergleichsweise kurzen Projektlaufzeit von nur 12 Monaten und einigen personalbedingten Verzögerungen im Projekt, war leider die Vorlaufzeit der Einladungen relativ kurz. Der Werkstattworkshop wurde auf den 27. und 28. April gelegt und mit der Versendung der Einladungen wurde Ende März begonnen. Auch war die Terminierung in der ersten Vorlesungswoche des Sommersemesters ebenfalls ungünstig, innerhalb des Projektes allerdings nicht anders realisierbar.

Lesson Learned 3: Mehrtägige Präsenz-Workshops, die vielbeschäftigte Personengruppen wie Wissenschaftlerinnen adressieren müssen mit ausreichend Vorlauf geplant und terminiert werden. Idealerweise sollten Termine gewählt werden, die außerhalb der Vorlesungszeit aber auch außerhalb der Schulferienzeit liegen.

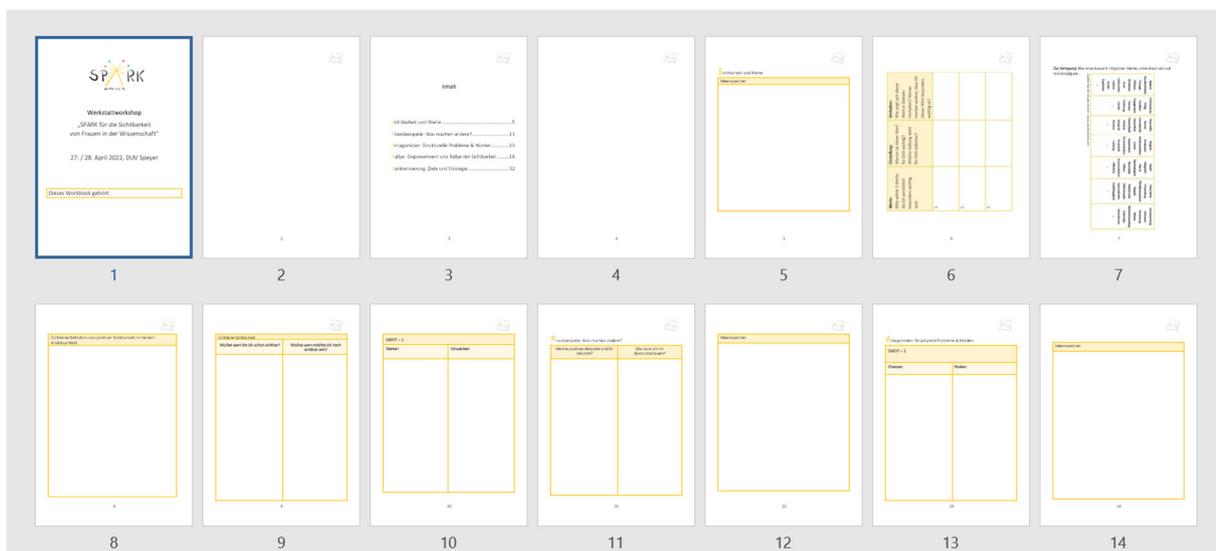
Um die angestrebte Teilnehmerinnenzahl von 12 dennoch zu erreichen, haben wir den Werkstatt-Workshop auch über soziale und private Netzwerke gestreut, so dass wir insgesamt acht Wissenschaftlerinnen für eine Teilnahme gewinnen konnten. Die finale Teilnehmerinnenzahl erwies sich als günstig, da so die zu diesem Zeitpunkt noch geltende maximale Personenzahl aufgrund von pandemiebeschränkenden Abstandsregelungen eingehalten werden konnte. Auch hat die kleine Gruppengröße eine sehr intime Arbeitsatmosphäre ermöglicht und uns bei der Gestaltung des Workshops mehr Raum für individuelle Beratungssettings geschaffen.

Tatsächlich teilgenommen haben schließlich die folgende acht Wissenschaftlerinnen, die mit ausführlichen Profilen und Kontaktinformationen auch auf der Projekthomepage zu finden sind: <https://www.spark-speyer.de/werkstatt> (vgl. auch das Gruppenfoto weiter unten).

Name	Institution	Fachbereich
Prof. Dr. Dilek Dizdar	Universität Mainz	Interkulturelle Germanistik
Dr. Elisabeth Günther	Universität Trier	Archäologie
Jun.-Prof. Dr. Juliane Heydenreich	Universität Mainz	Ernährung und Sport
Prof. Dr. Carina Leue- Bensch	Hochschule Worms	Wirtschaftswissenschaften
Dr. Editha Marquardt	DUV Speyer	Hochschul- und Wissenschaftsmanagement
PD Dr. Anna-Lisa Müller	Universität Bielefeld	Interdisziplinäre Konflikt- und Gewaltforschung
Prof. Dr. Christina Threuter	Hochschule Trier	Gestaltung
Jun.-Prof. Dr. Lena Wetenkamp	Universität Trier	Germanistik

Workbook

Als wesentlicher Bestandteil und rahmengebende Struktur der Workshop-Konzeption wurde ein 40seitiges Workbook entwickelt, das im DIN A5 Format gedruckt und in Spiralbindung den Workshop-Teilnehmerinnen zu Beginn des Werkstatt-Workshops ausgehändigt wurde. Für einen visuellen Eindruck sind hier die ersten 14 Seiten grafisch dargestellt. Das gesamte Workbook unterliegt dem Copyright der Autorinnen.



Das Workbook enthielt konkrete Aufgaben, anregende Fragen, Raum für Notizen, kreative Gestaltungsmöglichkeiten u. v. m. Grundsätzlich lässt sich festhalten, dass das Workbook sich als hilfreich erwiesen hat und von den Teilnehmerinnen durchweg positiv aufgenommen und umfangreich genutzt wurde.

Lesson Learned 4: Ein Workbook bietet die Möglichkeit, Ideen und Erkenntnisse langfristig und nachhaltig festzuhalten und hatte somit einen großen Mehrwert für den Werkstatt-Workshop, der den Vorbereitungsaufwand mehr als rechtfertigte.

Setting

Der Werkstatt-Workshop konnte in Präsenz in Speyer im Witi-Innovationslabor (<https://www.witi-innovation.de/rundgang/>) durchgeführt werden. Das Projekt „Wissens- und Ideentransfer für Innovation in der Verwaltung (WITI)“ ist Kooperationspartner von SPARK und wird von Prof. Dr. Michael Hölscher und Dr. Rubina Zern-Breuer geleitet. Witi-Innovationslabor unterstützt durch seine Konzipierung und Ausstattung bei der Umsetzung



kreativer Prozesse, wie z. B. bei Workshops, insbesondere zu Innovationen in der öffentlichen Verwaltung.

Die Räumlichkeiten und Ausstattung des Witi-Innovationslabors bieten vielfältige Möglichkeiten zur co-kreativen Zusammenarbeit und hat sich als ideal für die Umsetzung des Werkstattworkshops erwiesen. Da außerdem das Wetter an den Workshoptagen hervorragend war, haben wir zusätzlich den Freibereich für Reflexionsphasen, Fotoprojekte sowie den informellen Austausch genutzt. Auch das Gruppenfoto aller Teilnehmerinnen und des Projektteams wurde dort aufgenommen.

Lesson Learned 5: Das Konzept des Werkstattworkshops erfordert idealerweise ein Setting, das vielfältige räumliche Möglichkeiten bietet sowohl für co-kreative Prozesse als auch für individuelle Reflexion und informelle Netzwerkmöglichkeiten.

Team

Wesentlicher Erfolgsfaktor des SPARK Werkstatt-Workshops war die personelle Ausstattung sowie der fachlich diverse Hintergrund des SPARK Teams. Den acht Teilnehmerinnen standen sechs betreuende Teammitglieder, zwei Fotografinnen sowie ursprünglich geplant noch eine Moderatorin gegenüber.

Name	Aufgabe
Dr. Katja Knuth-Herzig	Sichtbarkeit und Werte, Rallye: Online Sichtbarkeit, Konkretisierung: Ziele und Strategie
Christina Prautsch	Praxisbeispiele: Was machen andere? Gesamtkoordination
Dr. Rubina Zern-Breuer	Antagonisten: Strukturelle Probleme & Hürden & Rallye: Ideation
Dr. Julia Rathke	Empowerment als Einstieg in die Rallye; Rallye: Präsentation
Lena Milker	Rallye: Podcast
Sophie Klenk	Rallye: Wikipedia
Philipp Komaromi	„Leibliches Wohl“
Gesine Born	Rallye: Portrait
Sabrina Braun	begleitende Fotografin
Heike Heeg	Moderation, (krankheitsbedingt entfallen)

Eine solch komfortable personelle Ausstattung ist selbstverständlich nur im Rahmen eines geförderten Projektes sowie des unentgeltlichen Engagements der Fotografinnen möglich und dürfte sich – sollte sich der Werkstatt-Workshop als kostenpflichtiges Weiterbildungsangebot wirtschaftlich am Markt etablieren wollen – nicht umsetzen lassen. Allerdings haben wir – ausgehend von den in diesem Pilot-Workshop gemachten Erfahrungen – die Struktur so überarbeitet, dass ein ähnliches Format mit vier Trainerinnen möglich wäre. Dies wäre vor allem dadurch zu erreichen, dass Teile der Rallye in das Gruppenformat integriert

werden und es so weniger betreuungsintensive Rallyestationen gibt. Die Dauer des Workshops würde sich dann allerdings auf zwei Tage verlängern.

Lesson Learned 6: Je besser die personelle Ausstattung des Teams, desto individueller kann auf die Bedürfnisse der Teilnehmerinnen eingegangen und eine individuelle Betreuung und Beratung gewährleistet werden.



Gruppenfoto der Teilnehmerinnen und des Projektteams (Quelle: Gesine Born).

Ablauf

Der Werkstatt-Workshop war als 1,5-tägige Veranstaltung geplant. Wie oben erläutert, war die Idee dabei, Wissenschaftlerinnen in Rheinland-Pfalz anzusprechen, um so den Teilnehmerinnen die Heimfahrt zu ermöglichen. Allerdings haben fast alle Personen auf diese Möglichkeit verzichtet und stattdessen um die Organisation einer Übernachtungsmöglichkeit gebeten, was an der DUV in Speyer mit unter Nutzung der Gästehäuser kein Problem war. So wurde dann auch am Ende des ersten Workshop-Tages sein gemeinsames Abendessen organisiert, das sich positiv auf die Vernetzung und das Gruppengefühl ausgewirkt hat.

Lesson Learned 7: Bei mehrtägigen Workshops bieten sich gemeinsame Übernachtungsmöglichkeiten und Abendaktivitäten an, um das Gemeinschaftsgefühl, den Austausch und die Vernetzungsmöglichkeiten zu fördern.



Der erste Tag des Workshops stellte das Reflektieren („Reflect“) in den Vordergrund, während der zweite Tag dem tatsächlichen Umsetzen („Act“) gewidmet war. Das Akronym SPARK nutzend strukturierten sich die 1,5 Workshop-Tage und analog das Workbook zudem in die fünf Bereiche

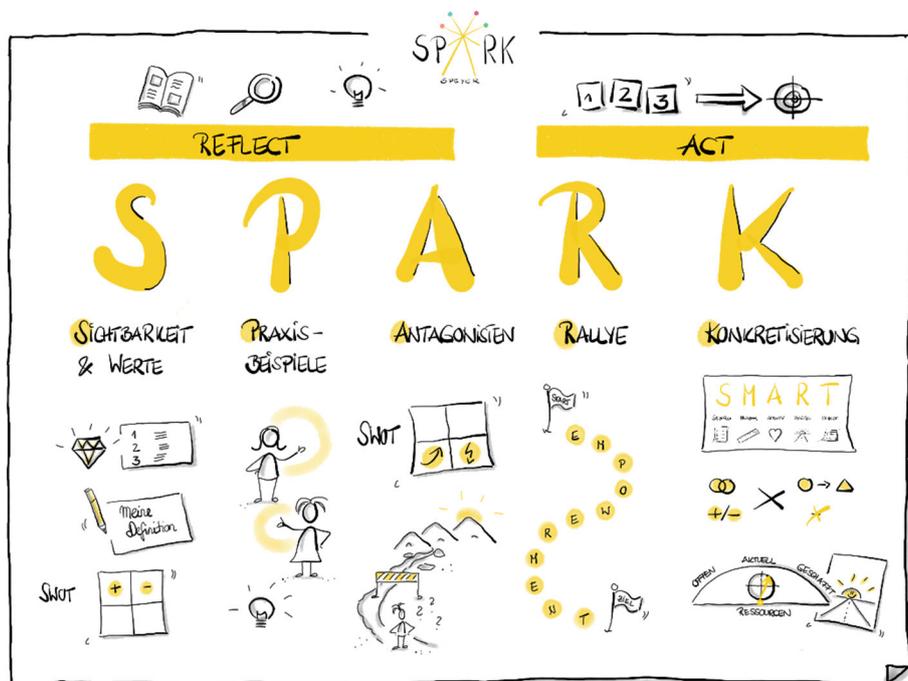
Reflect

1. Sichtbarkeit und Werte,
2. Praxisbeispiele: Was machen andere?
3. Antagonisten: Strukturelle Probleme & Hürden

Act

4. Rallye: Empowerment und Rallye der Sichtbarkeit
5. Konkretisierung: Ziele und Strategie

Die für die Moderation des Workshops vorgesehene, krankheitsbedingt dann aber kurzfristig nicht zur Verfügung stehende und dennoch aktiv an der Vorbereitung des Workshops beteiligte Moderatorin Heike Heeg (<https://www.c-hochdrei.de/>) hat diese fünf Bereiche in einer im SPARK-Design gehaltenen Sketchnote dargestellt:





Zwar gab es einen im Vorfeld detailliert geplanten Ablauf für den Workshop, allerdings waren wir gleichzeitig offen für spontane Änderungswünsche, notwendige Anpassungen und Vertiefungsanlässe.

TAG 1: „REFLECT“

- ab 10 Uhr Ankommen und freies Netzwerken
- 11:00 Begrüßung und Kennenlernen
- 11:45 Sichtbarkeit und Werte
- 13:00 Mittagspause
- 14:00 Praxisbeispiele: Was machen andere?
- 14:45 Antagonisten: Strukturelle Probleme & Hürden
- 15:30 Kaffeepause
- 15:45 World-Café
- 16:45 Abschluss
- 17:00 Optionales gemeinsames Abendessen

TAG 2: „ACT“

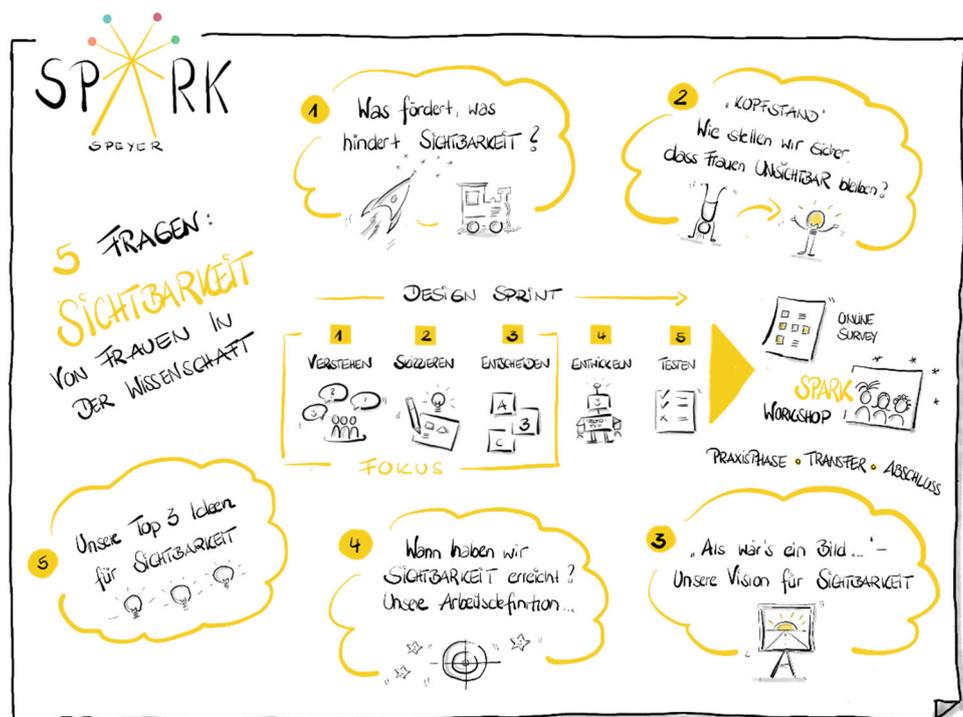
- ab 8:30 Uhr Kleines Frühstück und freies Netzwerken
- 09:00 Begrüßung
- 09:15 Empowerment
- 10:00 Sichtbarkeitsrallye:
 - 1. Podcast
 - 2. Porträt „Mein Bild als Wissenschaftlerin“
 - 3. Ideation Sitzung
 - 4. Präsentationstechniken & Video
 - 5. Wikipedia-Schreibwerkstatt
 - 6. Online-Sichtbarkeit
 - 7. Ruhe & Reflexion über Ziele, eigene Form der Sichtbarwerdung „Was will ich?“
- 13:00 Konkretisierung und Strategie
- 13:45 Abschluss und Verabschiedung
- 14:00 Workshopende

Im Folgenden stellen die einzelnen Teammitglieder den von ihnen verantworteten Workshop-Part und die daraus abgeleiteten Lessons Learned detailliert dar.

Sichtbarkeit und Werte (Katja Knuth-Herzig)

Die aus dem Design-Sprint heraus entstandenen Fragen und Ideensammlungen zur Identifikation von persönlicher Abgrenzung von Sichtbarkeit wurden herangezogen, um den Teilnehmerinnen Gelegenheit zu geben sich ihrer eigenen positiven Sichtbarkeit bewusst zu werden. Diese Fragen und Anstöße dienten der eigenen Meinungsbildung und wurden im Design Sprint folgendermaßen festgehalten:

1. Was fördert, was verhindert Sichtbarkeit?
2. Wie stellen wir sicher, dass Frauen unsichtbar bleiben?
3. Unsere Vision für Sichtbarkeit
4. Wann haben wir Sichtbarkeit erreicht
5. Unsere Top 3 Ideen für Sichtbarkeit



Sketchnote zur Darstellung des Design Sprint © by Heike Heeg.

Durch die erste Visualisierung der persönlichen positiven Sichtbarkeit wurde den Teilnehmerinnen im Anschluss die Aufgabe gegeben sich zunächst über eigene Werte klar zu



werden. Im Workbook wurden dafür einige Werte beispielhaft gelistet, um einen ersten Input für die Teilnehmerinnen zu geben. Ihre eigenen persönlichen Werte sollten sie daraufhin in eine Tabelle eintragen und genauer definieren, um auch die Einstellung, die dieser Wert transportiert mitzudenken und festzuhalten. Im nächsten Schritt wurde die Sichtbarkeit auf das Arbeitsumfeld bezogen: Zuerst sollte dafür ermittelt werden, was positive Sichtbarkeit im Arbeitsumfeld überhaupt bedeutet. Daran schlossen sich die Fragen nach der bereits bestehenden und visualisierten Sichtbarkeit im eigenen Arbeitsumfeld an. Zur Konkretisierung von persönlich gesetzten Sichtbarkeitszielen und zur Veranschaulichung der eigenen Sichtbarkeitsprojekte wurde ein SWOT-Analyseverfahren genutzt. Die Teilnehmerinnen konnten dabei direkt zu Beginn ihres folgenden Sichtbarkeitsprojektes nicht nur Stärken und Schwächen hinsichtlich ihrer Projektidee abtasten, sondern auch eine erste niederschwellige Risikoanalyse durchführen.

Lesson Learned 8: Eine (zu Beginn kleinschrittige) Analyse der eigenen Werte, Risiken und Ziele bildet einen guten Ausgangspunkt und eine stabile Grundlage für nachhaltige Sichtbarkeitsstrategien und -aktivitäten.

Praxisbeispiele: Was machen andere? (Christina Prautsch)

In dieser Session wurden den Teilnehmerinnen Beispiele von der Sichtbarwerdung von Frauen aus dem nicht-wissenschaftlichen Bereich vorgestellt. Ziel war es, ein breites Spektrum an Möglichkeiten der Sichtbarwerdung außerhalb der Wissenschaft zu präsentieren, um möglichst viel neue Perspektiven zu ermöglichen. Die vorgestellten Frauen wurden zum Großteil im Vorfeld in persönlichen Gesprächen zu ihrer Sichtbarkeitsstrategie befragt.

Zunächst wurde „Deutschlands beste Gärtnerin“ Gabriella Pape vorgestellt. Sie hat sich in

einem damals noch männerdominierten Bereich durchgesetzt. Sie wird heute z. B. als Expertin für Gartensendungen im TV angefragt. Die zweite vorgestellte Person war Fanny Bender, die sich mit der Digitalisierung in der öffentlichen Verwaltung beschäftigt. Sie stellt ein gutes Beispiel für die Sichtbarmachung über Twitter dar. Dabei nutzt sie einen Mix aus Sprüchen, Abfragen zu fachlichen Themen, Einholung von Feedback anderer Expert:innen oder zum

Gabriella Pape – Deutschlands beste Gärtnerin



- Ausbildung in Baumschule: **1. weibliche Auszubildende**
- Studium der Biologisch Dynamischen Landwirtschaft in Großbritannien, Horticulture in Kew Gardens, Landschaftsarchitektur (Diplomabschluss) in Greenwich
- 1992 Gründung Gartenstudio LANDART mit Dr. Isabella Van Groeningen
- Weltweite Tätigkeit als Gartensignerin
- Rückkehr nach Deutschland und Gründung der Königlichen Gartenakademie in Berlin 2008

Bildquelle: <https://koenigliche-gartenakademie.de/index.html> (14.04.2022)

Teilen entwickelter Leitfäden etc. Zudem vernetzt sie ihre verschiedenen Social-Media-Kanäle und wird so in der Breite mit ihrer Expertise sichtbar. Zuletzt wurde Smaro Sideri, Fachanwältin für Arbeitsrecht, vorgestellt. Sie macht sich v. a. über Podcasts, Webinare,

Fanny Bender - VerwaltungsdigitalisiererIn

- Studium des Medienmanagements an der Hochschule für angewandte Wissenschaften Würzburg
- Aktuell: Projektmanagerin bei Materna SE
- Setzt sich für Verwaltungsdigitalisierung ein
- In Netzwerken unterwegs: bspw. N3GZ Netzwerk
- <https://www.linkedin.com/in/fanny-bender-981659165/>



Bildquelle: <https://twitter.com/fbenderdigital/status/15128372291335270> (14.04.2022)

Video-Tutorials sowie einen Blog v. a. zum Thema des Wiedereinstiegs in den Job nach der Elternzeit sichtbar. Sie erreicht über verschiedene Kanäle wie LinkedIn, Instagram, YouTube und ihre eigene Webseite auch unterschiedliche Zielgruppen. Insgesamt konnte vermittelt werden, dass sich keine zu großen Hürden für den Beginn der Nutzung von Kanälen zur Sichtbarwerdung gesetzt werden sollten. Zudem muss das Ziel dahinter

klar sein, um auch die konkrete Zielgruppe passgenau anzusprechen. Auch die persönlichen zeitlichen Ressourcen müssen abgeschätzt werden.

Nach der Vorstellung dieser Praxisbeispiele sollten die Teilnehmerinnen sich selbst Praxisbeispiele von Personen mit einer positiven Sichtbarwerdung überlegen. Dabei viel es am Anfang vielen schwer, Frauen als Praxisbeispiele zu finden. Dennoch ergaben sich eine große Sammlung an Beispielen. Im Nachgang wurde in Kleingruppen überlegt, was man sich von diesen Personen anschauen kann. Am Ende wurden im Plenum die Praxisbeispiele inkl. der für die Sichtbarwerdung genutzten Kanäle den anderen vorgestellt. Letztendlich wurde von den Teilnehmerinnen der Wunsch geäußert, dass sie eine Dokumentation über alle gesammelten Praxisbeispiele bekommen, da sie sich sehr inspiriert gefühlt haben.

Smaro Sideri - Anwältin mit Herz

- Jurastudium an der Universität Tübingen
- danach: Tätigkeit als Rechtsanwältin –Fachanwältin für Arbeitsrecht
- Freiberufliche Tätigkeit: Beratung von Arbeitgebenden & -nehmenden
- Schwerpunkte: Schwangerschaft, Elternzeit, Teilzeit, agiles Arbeiten, New Work, Jobsharing
- Vorstandsmitglied im Verband berufstätiger Mütter

Bildquelle: <https://zeit.wspruch.de/home/foce-der-direktorin/> (19.04.2022)

Lesson Learned 9: Konkrete Praxisbeispiele können inspirieren und motivieren, die ersten großen Hürden zur Sichtbarwerdung zu nehmen.

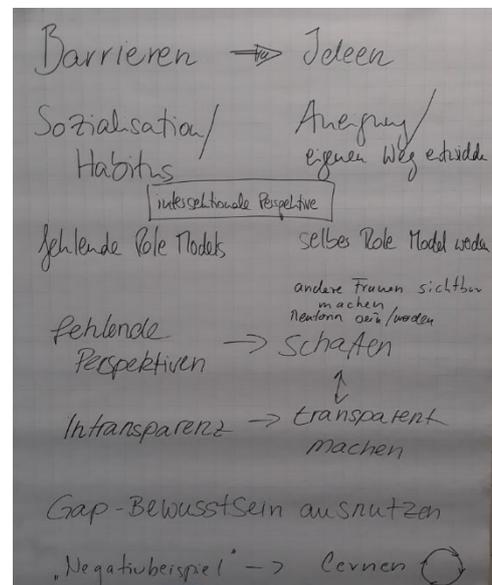
Antagonisten: Strukturelle Probleme & Hürden (Rubina Zern-Breuer)

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



In der Diskussion wurde deutlich, dass eine allgemeingültige Handlungsempfehlung, die diesen strukturellen Hürden entgegenwirkt, in diesem Zusammenhang allerdings nicht sinnvoll individualisierbar ist, sondern auf der politischen Ebene gelöst werden muss. Es geht darum, andere Rahmenbedingungen herzustellen, die eine langfristige kulturelle Institutionsveränderung bewirken können. Sinnvoll ist es dennoch, auf der individuellen Ebene Unterstützungsangebote, wie Mentoring¹ für den wissenschaftlichen Nachwuchs einzufordern und gleichermaßen anzunehmen. Zudem erscheint es ratsam, die Arbeitsgestaltung

flexibel zu halten und die Präsenzkultur langfristig abzubauen, um strukturellen Problemen, wie beispielsweise ständigem Wohnortwechsel, entgegenwirken zu können. Tatsächlich treffen alle Teilnehmerinnen auch auf gesellschaftliche Erwartungshaltungen im akademischen Umfeld, das für sie unter anderem mehr „academic housework“ bedeutet. Außerdem richtet sich geäußerte Kritik vielfach auch gegen sie selbst, da Frauen oftmals verstärkt in die Pflicht genommen werden, konstant an sich zu arbeiten. Somit ist nicht das System verkehrt, sondern lediglich die Einstellung dazu.



Lesson Learned 10: Die strukturelle Benachteiligung von Frauen in der Wissenschaft sollte als Thematik (immer wieder) aufgegriffen und diskutiert werden, um selbstständiges und nachhaltiges Umdenken anzustoßen.

Empowerment und Aufbruch in Praxisphase (Julia Rathke)

Dass Empowerment – als der Auf- und Ausbau eines authentisch-ermächtigenden Mindsets – für die Bereitschaft, sich auch wirklich aktiv für die eigene Sichtbarkeit einzusetzen, ein wesentlicher Bestandteil eines Werkstattworkshops zur „Sichtbarkeit von Frauen in der Wissenschaft“ darstellen sollte, war eine wesentliche Erkenntnis aus dem Design Sprint. Grundlegend dafür ist das von Chaou Locke eingeführte Modell einer sicht- und hörbaren öffentlichkeitswirksamen Stimme, die neben dem, was wir „anderen zeigen“ – Inhalt der meisten Workshops zu diesem Thema – auch den „sozialen Kontext“ sowie das „innere



Selbst“ betrachtet. Eben jenes „innere Selbst“ sollte mit einem Kurzinput als Einstieg in den zweiten Werkstatttag sowie als Vorbereitung für die anschließende Sichtbarkeitsrally adressiert werden. .

Zur Aktivierung der eigenen Kreativität waren die Teilnehmerinnen zunächst – angelehnt an die ABC-Kreativitätstechnik – eingeladen, zu jedem Buchstaben des Wortes E-M-P-O-W-E-R-M-E-N-T intuitiv ein eigenes Wort zu finden. Anschließend wurden elf Aspekte, die sich die Referentin im Vorfeld überlegt hatte, Schritt für Schritt gemeinsam durchgegangen.

- E**nergie: Bevor in eine Aktivität gestartet wird, die Präsenz und „Power“ erfordert, sollte man eine Methode etabliert werden, mit der das eigene Energieniveau aktiv angehoben werden kann. Im Werkstattworkshop wurde hier mit der „Heldenpose“ gearbeitet.
- M**indset: Unbewusste Glaubenssätze können Menschen daran hindern, authentisch ihr eigenes Potenzial zu leben. In Bezug auf eine gendergerechte Sichtbarkeit sind dies u. a. alle Überzeugungen, die mit „Männer sind...“ und „Frauen sind...“ anfangen. Überzeugungen also, die Menschen aufgrund ihrer Geschlechterzugehörigkeit einschränken. Chanson Chou Locke schlägt in diesem Zusammenhang z. B. vor, sich von gendergebundenen Begriffen „weiblicher und männlicher Führung“ zu lösen und stattdessen über Führung in androgynen Begriffen zu denken und sprechen. Was üblicherweise als „männlich“ wahrgenommen wird, erhält dann die Bezeichnung „agentic“, und „weibliche“ Qualitäten die Bezeichnung „communal“ – und erfolgreich führende Personen sind dann Menschen, die beide Qualitäten situationsangemessen einsetzen. Dies gibt Frauen (und Männern!) die Freiheit, alle Qualitäten zu leben, zu lernen und auszudrücken, die sie erfolgreich sichtbar machen.
- P**rioritäten: „Jetzt soll ich mich auch noch um meine Sichtbarkeit kümmern, ich habe doch ohnehin so wenig Zeit, wann soll ich das denn machen...?“. Ja, „keine Zeit zu haben“ schein ein häufiges Hindernis für erfolgreiche Sichtbarkeit zu sein. Entsprechend kann ein gutes Zeitmanagement hier unterstützend wirkend. Konkret wurde die „Eat-That-Frog“-Methode von Brian Tracy vorgestellt, bei der es darum geht Prioritäten zu setzen und das wichtigste zuerst zu erledigen. Dazu sollte sich bewusst damit auseinandergesetzt werden, was überhaupt wichtig ist. Wenn ich also feststelle, dass die Sichtbarkeit meiner wissenschaftlichen Leistungen wichtig für mich und meine Karriere ist, dann erhält dieser „Frosch“ zunächst eine hohe Wichtigkeit. Anschließend geht es darum so zu planen, dass dieser „Frosch“ auch tatsächlich gegessen wird – und zwar am besten seiner Priorität entsprechend als erstes (zweites, drittes usw.) am Tag.



Organisation: Eng damit zusammenhängend gelingt die erfolgreiche Umsetzung komplexer Arbeitsaufgaben, wie es eine wissenschaftliche Tätigkeit mit ihren vielen unterschiedlichen Aufgaben - von denen „Sichtbarkeit“ eben nur eine ist – am besten, wenn ich organisiert vorgehe. In diesem Zusammenhang ist insbesondere eine – idealerweise SMARTER Zielsetzung - von Bedeutung, da auf solchen Zielen aufbauend dann einfacher konkrete Umsetzungspläne und zielgerichtete Supportstrukturen aufgebaut werden können.

Warum: Fast noch wichtiger als SMARTER Ziele bzw. diesen zugrunde liegend ist das „Warum“, also die treibende Kraft hinter meinen Aktivitäten. Wenn das „Warum“ klar ist, immer wieder auf seine Stimmigkeit hin reflektiert und aktualisiert wird und idealerweise auch Gegenstand der öffentlichen Kommunikation ist, dann wird in hohem Maße Authentizität erlebt und vermittelt. Für die Wissenschaftlerinnen im Werkstattworkshop wurden konkret die folgenden Fragen entwickelt:

- Warum bin ich Wissenschaftlerin geworden?
- Warum habe ich mich für genau dieses Forschungsgebiet entschieden?
- Warum ist meine Forschung für mich so spannend?

Letztlich sind diese Fragen und ihre Antworten (idealerweise) eingebettet in einen größeren Vorstellung des eigenen Lebenssinns, dem sich mit John Streleckys „Das Café am Rande der Welt“ und seiner Idee der Big 5 of Live, also der fünf Dinge, die man in diesem Leben gerne erleben möchte, wunderbar auf die Spur kommen lässt.

Erhholung: Aus der Idee langsam zu gehen, wenn man es eilig hat, haben Lothar Seiwert und Silvia Sperling den Ansatz entwickelt, in Intervallen zu leben und zu arbeiten. Wesentlicher Bestandteil dieser Intervalle sind Pausen und Auszeiten. Diese sind essentielle Grundpfeiler von Kreativität, Erfolg, Gesundheit, Zufriedenheit, Wachstum und vielem mehr. Es ist wichtig durch das Projekt „Mehr Sichtbarkeit für meine Wissenschaft“ nicht noch weniger Zeit für sich und die Muße für Reflektion und Nachdenken zu haben, sondern durch das Setzen von Prioritäten und die Organisation der eigenen Zeiträume, möglichst viel Freiraum für sich zu gewinnen und gegen Zeitübergriffe zu sichern. Hier gilt es auch das „Nein“-Sagen zu lernen, was viel einfacher gelingt, wenn Sinn, Ziel und Zeitplan bei Entscheidungen stets präsent und ausschlaggebend zu Rate gezogen werden.

Rückenwind: Durch den Austausch (auch in reinen Frauennetzwerken) fühlen Frauen sich weniger allein, was ein Gefühl von „Rückenwind“ auslösen kann und sollte. Mit anderen Worten: wir sollten uns in Netzwerken bewegen, die uns stärken, ermutigen und die uns Raum für Entfaltung und spielerisches Ausprobieren bieten.

Mentorinnen: Mentorinnen sind wichtig für die eigene Entwicklung – und das Wort ist bewusst nicht gegendert. Natürlich sind auch männliche Mentoren hilfreich und wichtig für die eigenen Entwicklung, doch gerade für Frauen ist es auch wichtig, mind. eine weibliche Mentorin zu haben. Hier lohnt es sich aktiv nach „der Besten“ in dem Feld zu recherchieren, in dem ich mich entwickeln möchte, denn wenn ich mich in Netzwerken bewege, in denen ich die Beste im Raum bin, fühlt sich das



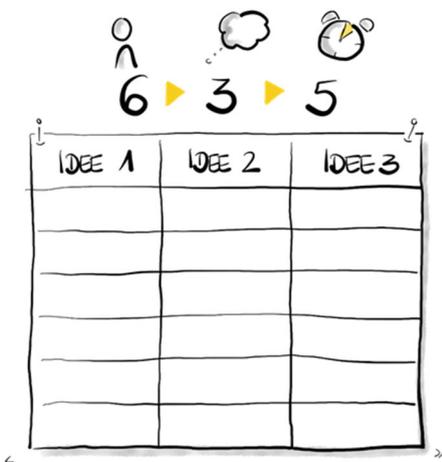
vermutlich gut an, aber für die persönliche Entwicklung und das Wachstum lohnt es sich Mentorinnen zu finden, die (viel) besser sind als man selbst.

- E**ntwicklung: Es ist schon fast eine Binsenweisheit, dass Perfektionismus eines der größten Hindernisse für so gut wie jedes Projekt ist. Anstatt aber nun noch mehr Energie im Kampf gegen den Plagegeist „Perfektionismus“ zu verlieren, könnte es helfen, die „Freude an der persönlichen Entwicklung“ in den eigenen Wertekanon aufzunehmen. Wer bereit ist, durch Fehler zu lernen, wird sich einfacher auf den Weg machen und dabei zwar das Ziel im Auge behalten, zugleich aber auch jeden Schritt genießen. Wer Neues ausprobiert – und in Hinblick auf die eigene Sichtbarkeit wird Vieles häufig „neu“ sein – wird Fehler machen, doch wem bewusst ist, dass es vor allem genau diese (vermeintlichen) Fehler sind, die unsere Entwicklung vorantreiben, wird ihnen viel gelassener begegnen.
- N**atürlichkeit: Neben den Fragen „Wann soll ich an meiner Sichtbarkeit arbeiten?“ und „Kann ich das überhaupt?“ steht die Frage im Raum „Passt das überhaupt zu mir? Möchte ich mich überhaupt selbst in den Mittelpunkt stellen?“. Und mit dieser Frage adressieren wir einen Punkt, der für die Frauen unseres Werkstattworkshops von zentraler Bedeutung war: Was entspricht meinen Werten, meinen Zielen, meinen Wünschen? Welche Form der Sichtbarkeit passt wirklich zu mir, fühlt sich authentisch und natürlich an? Dies sind berechnete Fragen und sollten auch immer im Vordergrund stehen. Allerdings ist es wichtig zwischen dem Wohlgefühl der Sicherheit der aktuellen sog. „Komfortzone“ einerseits und den übergeordneten Zielen und Werten zu unterscheiden, die zu Leben sich Übergangsweise auch „unnatürlich“ anfühlen kann bis sie zu einem „neuen Normal“ wird. Ein gutes Beispiel ist vermutlich die Entwicklung von Videokonferenztools, deren Nutzung für die meisten von uns während des pandemiebedingten Lockdowns von Mal zu Mal normaler wurde und sich für Viele heute ganze „natürlich“ anfühlt.
- T**un: Schließlich kann man planen, reflektieren, netzwerken, lesen und visionieren so viel man mag, wirklich sichtbar wird nur, wer etwas tut. So ist gut geplant zwar halb getan, aber eben nur halb. Am Ende dieses Inputs stand also die Überleitung in die anschließend Sichtbarkeitsrallye, deren Idee es war, JETZT ins Tun zu kommen.

Lesson Learned 11: Das Projekt „mehr Sichtbarkeit für sich selbst und die eigene Wissenschaft“ ist kein Sprint, sondern ein Marathon und erfordert daher eine langfristige und nachhaltige Umsetzungsstrategie, deren Erfolg durch Empowerment und eine Stärkung der Selbstwirksamkeitsüberzeugung unterstützt werden kann und sollte.

Ideation Sitzung (Rubina Zern-Breuer)

Im ausgehändigten Workbook auf S. 27 hatten die Teilnehmerinnen eine Vorlage, um gemeinschaftlich mit der Ideation-Methode „6-3-5“ an der Idee zu ihrem folgenden Sichtbarkeitsprojekt zu arbeiten. Die Methode 6-3-5 leitet sich von der Teilnehmer:innenzahl sowie deren Projektideen ab. In unserer Gruppe formulierten dazu sechs Teilnehmerinnen drei (noch eher grobe) Ideen zu ihrem Sichtbarkeitsprojekt und reichten diese anschließend fünf Mal weiter. Die erste Ziffer benennt damit die Teilnehmer:innenzahl, die zweite Ziffer die Anzahl der Ideen, die letzte Ziffer entspricht der abgehaltenen oder geplanten Runden.



Sketchnote © by Heike Heeg.

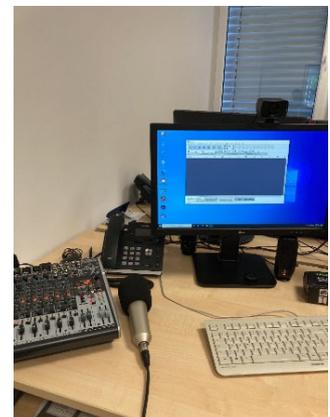
Bei jeder Runde muss die Idee der anderen vervollständigt und ausgearbeitet werden. Somit erhält jede Teilnehmerin entsprechend viel externen Input. Genau dieser Input ermöglicht einen neuen Blick auf die eigenen Kapazitäten und verhilft zu neuem Entwicklungspotenzial. Insgesamt werden damit alle verfügbaren Ressourcen in kurzer Zeit ausgeschöpft. Unter dem Gesichtspunkt der Methode erinnert die Ideation an ein Hybridmodell aus kollegialer Beratung und Kreativprozess.

Lesson Learned 12: Eine Ideation unterstützt dabei, einen neuen Blick für die eigenen, authentischen Möglichkeiten zur Sichtbarkeit zu erhalten und sollte daher zu Beginn des Praxisteils stehen.

Podcast (Lena Milker)

Während der Sichtbarkeitsrallye wurde jeder Teilnehmerin die Möglichkeit geboten, eine kurze Tonsequenz aufzuzeichnen, um die Technik unmittelbar erfahrbar zu machen. Durch eine präzise Einführung zu den Möglichkeiten, die in der technischen Ausstattung stecken, haben die Teilnehmerinnen nicht nur einen Überblick zum Aufwand erhalten, sondern auch potentielle Berührungspunkte ablegen können.

In einem kurzen Vorgespräch zur Aufzeichnung wurde darüber hinaus geklärt, wie ein Konzept für den eigenen Podcast aussehen könnte. Dabei wurde über die zeitliche Länge gesprochen und eine erste Format-Idee festgehalten. Einige Teilnehmerinnen hatten bereits sehr genaue Vorstellungen, jedoch noch keine Erfahrung mit dem



Aufzeichnen von Podcasts. Andere Teilnehmerinnen hatten bereits den Zugang zur Technik, dafür noch keine Anleitung zur Ausarbeitung eines Podcast-Formats. Somit konnte auf beiden Ebenen Unterstützung angeboten werden. Für die anschließende kurze Aufzeichnung wurde ein Audio-Interface (Behringer), ein Mikrofon, Kopfhörer sowie der Audioeditor Audacity verwendet.

Um die Aufnahme so real wie möglich zu gestalten, haben die Teilnehmerinnen etwas zu ihrer Person und zu ihrem fachlichen Schwerpunkt gesagt. Im Nachhinein wurde die Probeaufnahme besprochen und festgehalten, an welchen Stellen noch Potential zur Optimierung der Stimme besteht. Manche Teilnehmerinnen setzten zudem durch den vorherigen Besuch der Rallyestation „Video“ schon viele gelernte Präsentationstechniken um. Die Probeaufnahme wurde für sie einfacher umsetzbar.

Lesson Learned 13: Podcasts stellen eine gute Möglichkeit dar, die eigene Forschung sichtbar zu machen. Teilnehmerinnen mit dem technischen Equipment vertraut zu machen und mögliche Inhalte mit Ihnen zu reflektieren, erhöht die Bereitschaft, dieses Medium auch tatsächlich zu nutzen.

Porträt *“Mein Bild als Wissenschaftlerin”* (Gesine Born)

Die Fotografin Gesine Born (<https://www.gesine-born.de/>) war bereits Teilnehmerin beim SPARK Design Sprint. Sie hat eine Fotokonzeption zur Sichtbarmachung von Frauen in der Wissenschaft erstellt und wurde für den Werkstattworkshop u.a. auch eingeladen, um besondere Porträtaufnahmen mit den Teilnehmerinnen zu machen.



Ziel war dabei die Aufnahme von Fotos, welche die eigenen Werte widerspiegeln. Vorbild der Schwarz-Weiß-Aufnahmen sind die typischen Porträts von – in der Regel ausschließlich männlichen – Wissenschaftlern, welche man in den Ahnengalerien verschiedener Institutionen findet.



Vor den Aufnahmen wurde zunächst zusammen mit den Teilnehmerinnen reflektiert, wie sie auf den Fotos wirken wollen. So konnte Gesine Born während der Aufnahmen entsprechende Tipps zur Haltung geben.

Lesson Learned 14: Für Fotoaufnahmen ist es hilfreich, zuvor die eigenen Werte reflektiert zu haben, um bei den Fotos eine bessere Vorstellung zu haben, wie man wirken möchte.



Präsentationstechniken & Video (Julia Rathke)

Mit der Frage, wie man sich zu Beginn einer Präsentation, eines Vortrages, einer Lehrveranstaltung oder auch eines kleinen Informationsvideos auf der eigenen bzw. der Instituts-homepage vorstellen kann, um für die eigene Arbeit zu begeistern, hat sich intensiv die Rallye-Station "Video" beschäftigt. In zwei 2er und einer 3er Gruppe hatten die Teilnehmerinnen zunächst die Aufgabe, unvorbereitet und spontan ein Kurzvideo (1-2 Minuten lang) von sich zu drehen, wofür einfach die eigenen Handys genutzt wurden und sich die Teilnehmerinnen gegenseitig filmten. Die Entscheidung, kein professionelles Kamera-Equipment zu nutzen, wurde dabei bewusst getroffen, um den Teilnehmerinnen auch zu vermitteln, dass Sichtbarkeit ganz spontan mit wenigen technischen Mitteln umgesetzt werden kann. Die Videos konnten so auch direkt angesehen, bewertet und gegenseitig mit Feedback versehen werden. Schon in der ersten Videorunde wurde klar, dass wir es mit Präsentationsprofis zu tun haben: grundlegende Präsentationstechniken waren den Teilnehmerinnen bekannt und sie konnten durchweg direkt einen guten Kontakt zur Kamera herstellen.

Im Anschluss an diese erste Praxis- und Reflexionsrunde wurden die Teilnehmerinnen gebeten, fünf Schritte für den Einstieg in eine Präsentation schriftlich zu bearbeiten:

1. Präsenz
2. Einstieg mit Fragen
3. Name und Thema
4. Expertise
5. Warum

Nach einer kurzen erläuternden Einführung in die Bedeutung und Hintergründe der einzelnen Punkte, bearbeiteten die Teilnehmerinnen die Fragen in ihren Workbooks schriftlich ca. 15 Minuten lang, um anschließend das zu Anfang aufgenommene Kurzvideo nochmals, nun aber unter Anwendung der "fünf Schritte", zu drehen. Die Ergebnisse dieser zweiten Runde waren noch kreativer und überzeugender. Mit großer Freude und Begeisterung haben die Teilnehmerinnen sofort die Ideen des "etwas anderen Einstiegs in Präsentationen" aufgenommen und unmittelbar umsetzen können. Auch wenn am Ende der zweiten Runde klar war, dass weitere Aufnahmen und verfeinerte Überarbeitungen der "fünf Schritte" notwendig wären, bevor ein solches Video tatsächlich veröffentlicht werden würde, war die Motivation sehr hoch, das Gelernte bei der ein oder anderen Gelegenheit auszuprobieren und anzuwenden.

Lesson Learned 15: Präsentationstechniken lassen sich immer verfeinern und sind grundlegend für alle Sichtbarkeitsstrategien. Statt diese in Kleingruppen während der Rallye zu adressieren, sollten sie künftig im Vorfeld der Sichtbarkeitsrallye für alle gemeinsam (mit Kleingruppenarbeiten) angeboten werden. Videoaufnahmen unterstützen dabei, Präsentationstechniken zu üben und auszuprobieren.



Wikipedia-Schreibwerkstatt (Sophie Klenk)

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

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

Lesson Learned 16: Um sich von klassisch-wissenschaftlichen Wikipedia-Einträgen abzuheben, sollten Wissenschaftlerinnen ihre Forschung aus verschiedenen Blickwinkeln reflektieren.

Online-Sichtbarkeit (Katja Knuth-Herzig)

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

Lesson Learned 17: Auch im Bereich Social Media ist es wichtig eine individuelle Strategie zu entwickeln, die sich an eigenen Zielen und adressierten Zielgruppen orientiert. Hinzu kommt hier, mehr als in anderen Bereichen, die Reflexion über die Frage, wie viel persönliche Information geteilt werden soll.



Ruhe & Reflexion über Ziele (Lena Milker)

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

1. Welchen Teil von mir möchte ich sichtbar machen?
2. Was fällt mir besonders leicht?
3. Was weckt meine Begeisterung?

Im Workbook hatten die Teilnehmerinnen Raum ihre persönlichen Gedanken und Ideen festzuhalten. Da die Priorisierung der einzelnen Stationen des Werkstatt-Workshop-Tages in die Hand der Teilnehmerinnen gelegt wurde, war, wie bei allen anderen Stationen auch, der Pfad konstant zugänglich und konnte eigenverantwortlich abgegangen werden. Eine weitere Betreuung von außen war dafür nicht nötig. Durch konnte zum einen die Reflexionsübung ermittelt werden, in welcher Reihenfolge die Stationen besucht werden, zum anderen hat die individuelle Nutzung des Pfads Vernetzungen und Gespräche der Teilnehmerinnen untereinander ermöglicht.

Lesson Learned 18: Abgesehen von konkreten Theorie- und Praxisinputs sind Raum und Möglichkeiten für Reflexion, Austausch und Netzwerken von zentraler Bedeutung.

Konkretisierung: Ziele und Strategie (Katja Knuth-Herzig)

Zur Konkretisierung der Planung für das eigene Sichtbarkeitsprojekt wurde den Teilnehmerinnen im Anschluss noch drei Methoden mit auf den Weg gegeben, die auch im Workbook zu finden waren. Dabei handelte es sich um das Sichtbarkeits-Cockpit, Strategien auf Basis der eigenen SWOT Analyse und die SMART Methode, um eigene Ziele zu definieren und umzusetzen.

Im finalen Teil des Workshoptages wurde dann noch das Vorgehen für die weitere gemeinsame Arbeit vorgestellt (SPARK-Snack, Vernetzung, Tandemarbeit) und die Zeit für eine ausführliche Feedbackrunde genutzt.

EVALUATION

Im Anschluss an den Werkstattworkshop wurde eine Online-Evaluation über das Portal Soscisurvey durchgeführt. Der Link zur Online-Evaluation wurde den Teilnehmerinnen über den internen E-Mail-Verteiler zur Verfügung gestellt, insgesamt betrug die Bearbeitungszeit inklusiver zwei Erinnerungen und einer Verlängerung 4 Wochen. Die Evaluation bestand aus



insgesamt 9 Items, davon 5 offenen Fragen, 3 Fragen mit Mehrfachauswahl und einer geschlossenen Frage.

Mehrheitlich wurde die Länge des Werkstattworkshops als zu kurz empfunden. So stimmen 4 der 7 Teilnehmerinnen der Aussage zu, dass der Workshop länger hätte sein können. Gleichzeitig meinen aber die weiteren drei Teilnehmerinnen, dass die Länge genau richtig war. Bei der Frage, welche Themen intensiver behandelt werden hätten sollen, sind sich alle Befragten einig, dass der Workshop-Part „Konkretisierung: Ziele und Strategien“ verstärkt behandelt hätte werden sollen, dicht gefolgt mit „Rallye der Sichtbarkeit“ mit 6 von 7 Stimmen und dem Thema „Praxisbeispiele: Was machen andere?“.

Bei der offenen Frage, welche Inhalte gefehlt hätten, führt eine Person führt an, dass mehr Zeit für die tiefergehende Ausarbeitung der eigenen Sichtbarkeitsstrategie sinnvoll gewesen wäre, v.a. die Aufstellung konkreter Meilensteine. Eine zweite Teilnehmerin regt an, dass auch Praxisbeispiele aus der Wissenschaft von erfolgreichen Wissenschaftlerinnen willkommen gewesen wären.

Bei der offenen Frage, welche Verbesserungsbedarfe hinsichtlich der Organisation gesehen werden, geben 3 der 7 Teilnehmerinnen ein gutes Feedback und loben die Organisation, bzw. sehen keinen Verbesserungsbedarf. Eine Person findet: „Eine Absprache im Vorfeld mit den anderen Teilnehmerinnen wäre gut gewesen, insbesondere zur Planung der Anreise“. Eine weitere Meinung ist, dass der Workshop auch 2,5 Tage hätte dauern können. Auch hätte eine weitere Person sich mehr Zeit für Pausen während der Rallye der Sichtbarkeit gewünscht. Dem stimmt auch eine weitere Teilnehmerin zu, die beim Praxisteil ein wenig „Druck und Atemlosigkeit“ empfand.

Eine weitere offene Frage behandelt die Bereitschaft, für ein solches Workshopformat zu zahlen. Drei der 7 Befragten geben konkrete Beträge an, die zwischen 100 € und 300 € variieren (im letzten Fall nur, wenn eine Folgeunterstützung so wie jetzt angeboten wird). Eine Person wäre bereit zu zahlen, kann aber keine Schätzung abgeben. Zwei Teilnehmerinnen geben an, dass auch kostenlose Angebote, bzw. die Übernahme der Kosten durch die Universität wichtig wären – einerseits, um Chancengleichheit zu gewährleisten und andererseits könnte das Format in die Weiterbildungsmaßnahmen der Universitäten eingebunden werden.

Die letzte, offene Frage fragt, was dem Team noch mit auf den Weg gegeben werden soll. Hierauf geben alle Teilnehmerinnen Dank und Lob für den engagierten, empfehlenswerten und gut organisierten Workshop. Eine Person nennt, dass ihr das praktische Ausprobieren verschiedener Sichtbarkeitsformate gefallen habe. Ebenso regt sie an, schon direkt während des Workshops Kalendertermine für Nachtreffen zu vereinbaren, damit die Arbeit auch nach dem Ende des Workshops aufrechterhalten werden kann.

Lesson Learned 19: Bei einer Wiederholung dieses Workshopformats könnte mehr Zeit für den Praxisteil sowie für Pausen eingeplant werden.



PRAXISPHASE

Im direkten Anschluss an den Werkstattworkshop begann die Praxisphase (29.04.22 - 07.09.22), in der die Teilnehmerinnen ihr eigenes Sichtbarkeitsprojekt verfolgen konnten. Hierbei hat es sich häufig nicht nur um ein einzelnes Projekt gehandelt, sondern um diverse Maßnahmen, mit denen die Teilnehmerinnen ihre Sichtbarkeit erhöhen wollten. Um die Teilnehmerinnen bei ihrem konkreten Vorhaben zu unterstützen und auch regelmäßige Rückmeldung zu erhalten, haben wir den SPARK-Snack eingeführt, hierbei fand ein regelmäßiges online Treffen statt. Diese waren ursprünglich nicht geplant, sondern entstanden als unmittelbares Learning in der abschließenden Feedback-Runde des Werkstattworkshops, um sich regelmäßig in größerer Runde auszutauschen. Hier wurde nicht nur die einzelnen Sichtbarkeitsprojekt besprochen, sondern auch Raum gegeben, um allgemeine Probleme bei der Umsetzung zu reflektieren. Dabei teilten die Teilnehmerinnen ihre Alltagserfahrungen zum Thema Sichtbarkeit und wie sie neu gewonnene Erkenntnisse und Fähigkeiten bereits in den Alltag implementieren. „Snack“ sollte ausdrücken, dass selbst ein kurzer Zeitraum von 60 Minuten für die Zusammenkunft genügt, um das Thema Sichtbarkeit wieder mehr in den Vordergrund zu bringen.

Da die SPARK-Snacks zeitlich begrenzt waren, wurden zusätzlich Tandems gebildet, in denen die Teilnehmerinnen im Austausch miteinander stehen konnten. Dieser Austausch hat häufig zu interdisziplinären Kollaborationen geführt oder auch einfach Impulse für neue Möglichkeiten zur Erhöhung der Sichtbarkeit geboten.

Generell wurde die Praxisphase genutzt, um verschiedene Sachen auszuprobieren, anzusteuern und letztlich auch umzusetzen. Jede Maßnahme zur Erhöhung der Sichtbarkeit im eigenen Kontext ist ein Versuch und wird nicht immer unmittelbar mit Erfolg belohnt. Manchmal stellt sich Sichtbarkeit auch erst viel später ein. Diese Lernphase ist wichtig, um nicht die Motivation zu verlieren. Zudem stellt sich innerhalb der Praxisphase auch heraus, welche Möglichkeiten zur Erhöhung der Sichtbarkeit für die Einzelne richtig und auch in den Alltag integrierbar sind. Hierbei erweist sich die Testphase aus dem Werkstattworkshop als überaus sinnvoll, da in recht kurzer Zeit viel getestet, aber auch ausgeschlossen werden kann. Dadurch bildet die Praxisphase ein Modell, in dem Kompetenzen entfaltet und erweitert werden.

Lesson Learned 20: Eine begleitete Praxisphase im Anschluss an den Werkstattworkshop hat sich als hilfreich und wertvoll herausgestellt, sollte allerdings idealerweise auf die vorlesungsfreie Zeit gelegt werden.