Metavorhaben
Innovative Frauen im Fokus

Qualitätskriterien zur Konzeption und Umsetzung von Sichtbarkeitsmaßnahmen für innovative Frauen

Gefördert durch:
Bundesministerium für Forschung, Technologie und Raumfahrt

EIN PROJEKT VON
kompetenzz

Inhaltsverzeichnis

Einleitung 1

Checkliste: **Qualitätskriterien Sichtbarkeitsmaßnahmen** 3

Erläuterungen zu den Qualitätskriterien 5

Frauen als Role Models sichtbar machen 5
Strukturen verändern für mehr Sichtbarkeit 7
Empowerment der Frauen für mehr Sichtbarkeit 10
Sichtbarkeit von Frauen nachhaltig stärken 12

Ergänzung: **Öffentlichkeitswirksame Formate zur Sichtbarmachung** 13

Weiterführende Quellen 15

Einleitung

Mit dieser Veröffentlichung bietet das Metavorhaben meta-IFiF eine Zusammenstellung von Qualitätskriterien für die Konzeption und Durchführung von Maßnahmen zur Erhöhung der Sichtbarkeit innovativer Frauen. Die Qualitätskriterien sind im Kontext der Förderrichtlinie „Innovative Frauen im Fokus“ [1] des Bundesministeriums für Forschung, Technologie und Raumfahrt (BMFTR) entstanden. Ziel der Förderrichtlinie ist es, Frauen mit ihren Errungenschaften oder Erfindungen in Forschung, Wissenschaft und Innovation sichtbarer zu machen.

Die Qualitätskriterien wurden aus verschiedenen Quellen zusammengestellt und gemeinsam mit den Projektmitarbeitenden aus den Projekten der Förderrichtlinie sowie dem Beirat weiterentwickelt. Hinweise auf weiterführende Publikationen zu den einzelnen Themenbereichen befinden sich am Ende dieser Veröffentlichung.

Was ist eine Sichtbarkeitsmaßnahme?

Um die die Sichtbarkeit von Frauen in der eigenen Organisation (z. B. einer Hochschule, einem Fachbereich an einer Hochschule oder in einem (Wirtschafts-)Unternehmen), aber auch in der Öffentlichkeit zu erhöhen, bedarf es einer konkreten Aktion. Diese Aktion wird im Folgenden als Sichtbarkeitsmaßnahme bezeichnet. Eine Sichtbarkeitsmaßnahme kann dabei Teil eines größeren und mehrjährigen Projekts, aber auch eine Einzelmaßnahme sein. Die Sichtbarkeitsmaßnahme kann z. B. die Durchführung einer gezielten Veranstaltung bzw. Veranstaltungsreihe, den Aufbau eines Expertinnenportals und die Gründung von Netzwerken umfassen sowie die Implementierung eines Preises, der an innovative Frauen verliehen werden soll. Eine Sichtbarkeitsmaßnahme kann aber ebenso eine einmalige, punktuelle Kampagne sein, durch die (z. B. in den vorhandenen Social-Media-Kanälen der eigenen Organisation oder auch an die breite Öffentlichkeit gerichtet) Frauen als Role Models fungieren und dadurch sichtbarer werden.

Für wen sind die Qualitätskriterien gedacht?

Die Zusammenstellung der Qualitätskriterien richtet sich an Durchführende einer klein oder groß angelegten Sichtbarkeitsmaßnahme. Dies können Verantwortliche in Unternehmen oder Hochschulen, aber auch Bildungsträger oder Vereine sein, z. B. Führungskräfte, Gleichstellungsbeauftragte oder zuständige Personen für Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit.

[1] Weitere Informationen über die Förderrichtlinie finden sich auf der Seite des BMFTR www.bmftr.bund.de/DE/Forschung/Wissenschaftssystem/GleichstellungUndVielfaltInDerWissenschaft/gleichstellungundvielfaltinderwissenschaft.html oder auf der Seite des Metavorhabens meta-IFiF www.innovative-frauen-im-fokus.de.

Was ist der Fokus dieser Qualitätskriterien?

Qualitätskriterien tragen zu einem qualitativ hochwertigen Produkt bei und helfen dabei, das gewünschte Ergebnis einer Maßnahme zu erzielen. Ebenso können die Qualitätskriterien als Bewertungsrahmen für bereits bestehende Maßnahmen herangezogen werden, um die bereits durchgeführten Maßnahmen zu reflektieren und um darüber die Identifikation von Best-Practice-Maßnahmen zu ermöglichen. Die Qualitätskriterien, die in dieser Veröffentlichung vorgestellt werden, beziehen sich nicht auf die Gesamtkonzeption einer Maßnahme (z. B. die Bestimmung einer Zielgruppe oder die Kostenfinanzierung). Stattdessen liegt der Fokus ausschließlich auf Qualitätskriterien, die sich auf die Erhöhung der Sichtbarkeit innovativer Frauen beziehen.

Als zentrale Qualitätsstandards für die Sichtbarmachung innovativer Frauen wurden folgende vier Bereiche identifiziert, die sich auch in den Inhalten der Projekte der Förderrichtlinie „Innovative Frauen im Fokus“ widerspiegeln:

- Frauen als Role Models sichtbar machen
- Strukturen verändern für mehr Sichtbarkeit
- Empowerment der Frauen für mehr Sichtbarkeit
- Sichtbarkeit von Frauen nachhaltig stärken

Die hier genannten Bereiche sind nicht trennscharf, sondern miteinander verwoben und wirken zusammen darauf ein, die Sichtbarkeit innovativer Frauen zu erhöhen.

Wozu dient die Checkliste?

Die Checkliste am Anfang der Veröffentlichung gibt einen Überblick über die identifizierten Qualitätskriterien. Nicht alle Qualitätskriterien müssen erfüllt sein, damit eine Sichtbarkeitsmaßnahme als Best-Practice bezeichnet werden kann. Vielmehr kommt es immer auf den jeweiligen Kontext und die Ziele der Maßnahme an. Dabei sollte in einem ersten Schritt gefragt werden, ob das jeweilige Qualitätskriterium relevant für die Konzeption der eigenen Maßnahme ist oder für die Fragestellung (nicht) zutrifft (Ankreuzmöglichkeit Relevanz). In einem zweiten Schritt besteht die Möglichkeit zu dokumentieren, ob das Qualitätskriterium in der Maßnahme bereits umgesetzt wird bzw. wurde (Ankreuzmöglichkeit Umsetzung). Auf die Checkliste kann bei der Konzeption oder bei der Bewertung einer Maßnahme zurückgegriffen werden. Weiterführende Erläuterungen zu jedem Qualitätskriterium erfolgen im Anschluss an die Checkliste.

Welche Formate eignen sich, um innovative Frauen sichtbar zu machen?

Ergänzend zu den Qualitätskriterien werden Beispiele für öffentlichkeitswirksame Formate aufgelistet, die den Erfolg einer Sichtbarkeitsmaßnahme verstärken können bzw. als Kommunikationsmittel einer Maßnahme eingesetzt werden können.

Checkliste:
Qualitätskriterien Sichtbarkeitsmaßnahmen

1. Frauen als Role Models sichtbar machen

		Weitere Infos	Relevanz	Umsetzung
1.1.	Role Models sind passend für die jeweilige Zielgruppe ausgesucht und „nahbar“.	→ mehr Infos S. 5	☐	☐
1.2.	Role Models sind authentisch, wissen, wovon sie sprechen, und geben ihre Erfahrungen gerne weiter.	→ mehr Infos S. 5	☐	☐
1.3.	Die ausgewählten Role Models werden aktiv eingeplant und eingesetzt.	→ mehr Infos S. 6	☐	☐
1.4.	Bei der Darstellung historischer Frauen wird auf eine Ausgewogenheit zwischen biografischem Hintergrund und fachlichem Beitrag geachtet.	→ mehr Infos S. 6	☐	☐

2. Strukturen verändern für mehr Sichtbarkeit

		Weitere Infos	Relevanz	Umsetzung
2.1.	Das relevante Umfeld wird für die Problematik der fehlenden Sichtbarkeit von Frauen sensibilisiert.	→ mehr Infos S. 7	☐	☐
2.2.	Auf der Organisationsebene werden Strukturen, die zu mehr Sichtbarkeit führen, eingeführt und / oder geändert.	→ mehr Infos S. 8	☐	☐
2.3.	Kooperationen, die die Sichtbarkeit der Frauen auch nachhaltig stärken können, werden von Anfang an mit eingeplant.	→ mehr Infos S. 9	☐	☐
2.4.	Die Organisationskultur wird so gestaltet, dass die Sichtbarkeit von Frauen „normal“ wird.	→ mehr Infos S. 9	☐	☐

3. Empowerment der Frauen für mehr Sichtbarkeit

		Weitere Infos	Relevanz	Umsetzung
3.1.	Notwendige Ressourcen und Unterstützung für mehr Sichtbarkeit von Frauen werden zur Verfügung gestellt.	→ mehr Infos S. 10	☐	☐
3.2.	Trainings decken relevante Themen und Ziele für Empowerment ab.	→ mehr Infos S. 11	☐	☐
3.3.	Frauen tragen zur eigenen Sichtbarkeit bei.	→ mehr Infos S. 11	☐	☐

4. Sichtbarkeit von Frauen nachhaltig stärken

		Weitere Infos	Relevanz	Umsetzung
4.1.	Erfolgskontrolle und Wirkung	→ mehr Infos S. 12	☐	☐
4.2.	Wiederholbarkeit	→ mehr Infos S. 12	☐	☐
4.3.	Übertragbarkeit auf andere Bereiche und ggfs. andere Institutionen (Transfer)	→ mehr Infos S. 12	☐	☐
4.4.	Nachhaltigkeit (Verstetigung)	→ mehr Infos S. 12	☐	☐

Erläuterungen zu den Qualitätskriterien

1. Frauen als Role Models sichtbar machen

Role Models sind Personen, die anderen als Vorbild und Identifikationsfigur dienen. Die Sichtbarmachung von Frauen, die in ihrem Fachgebiet besonderes leisten, kann andere Frauen dazu ermutigen, ähnliche Karrierewege einzuschlagen oder selbst mit ihren Kompetenzen und Leistungen sichtbarer zu werden. Bei der Konzeption einer Maßnahme gibt es folgende Kriterien, die bei der Auswahl der Role Models beachtet werden sollten:

1.1. Role Models sind passend für die jeweilige Zielgruppe ausgesucht und „nahbar“.

- Ein hohes Identifikationspotenzial bieten Rollenvorbilder, die vom Alter, soziodemografischen Merkmalen oder Persönlichkeit her nah an der Zielgruppe sind.
- Frauen in Führungspositionen, als Wissenschaftlerin oder in technischen Berufen sollten nicht nur als Ausnahme-Karrierefrauen präsentiert werden, denn das könnte den Effekt haben, dass sich die Teilnehmerinnen als weniger kompetent einstufen und denken: „Das schaffe ich auf keinen Fall.“

1.2. Role Models sind authentisch, wissen, wovon sie sprechen und geben ihre Erfahrungen gerne weiter.

- Role Models mit unterschiedlichen Bildungs- und Karrierewegen sind authentische Vorbilder für andere Frauen. Professorinnen, Gründerinnen, Mitarbeiterinnen oder Wissenschaftlerinnen werden mit ihren unterschiedlichen Hintergründen zu inspirierenden Rollenvorbildern, die (jungen) Frauen Selbstbewusstsein und Vertrauen in die eigenen Fähigkeiten vermitteln – von der Entscheidung für ein Studium bis zur weiteren wissenschaftlichen oder beruflichen Tätigkeit.
- Wichtig ist, dass die Role Models selbst an der Nachwuchsförderung interessiert sind und andere durch ihr Vorbild auf ihrem Karriereweg unterstützen und fördern wollen.

1.3. Die ausgewählten Role Models werden aktiv eingeplant und eingesetzt.

- Rollenvorbilder werden direkt in die Durchführung der Maßnahme eingebunden, beispielsweise indem ihnen die Leitung eines Workshops übertragen wird. Dadurch kann ein intensiver Kontakt zwischen den Vorbildern und den Teilnehmerinnen aufgebaut werden.
- Diskussionsrunden mit Role Models bieten den Teilnehmerinnen die Gelegenheit, mehr über die Vorbildfrauen zu erfahren und konkrete Fragen zu stellen.
- Eine Teilnahme der Role Models an öffentlichkeitswirksamen Veranstaltungen eignet sich, um deren Expertise in der breiten Öffentlichkeit sichtbar zu machen. Solche sichtbaren Vorbildfrauen vermitteln (jungen) Frauen Selbstbewusstsein und Zutrauen in die eigenen Fähigkeiten.
- Um Role Models dauerhaft einsetzen zu können, ist die Verbindung zu (bereits bestehenden) Frauennetzwerken hilfreich.
- Bei dem Einsatz von Role Models sollte generell darauf geachtet werden, dass diese auch als Person Unterstützung erfahren und nicht nur in ihrer Rolle als Vorbildfrau „genutzt“ werden.

1.4. Bei der Darstellung historischer Frauen als Role Models wird auf eine Ausgewogenheit zwischen biografischem Hintergrund und fachlichem Beitrag geachtet.

- Bei der Darstellung historischer Frauen als Role Models ist es zentral, eine Ausgewogenheit von biografischem Hintergrund und fachlichem Beitrag zu finden, damit der Fokus auf die fachliche Bedeutung der Frau nicht verloren geht.
- Dennoch sollte immer eine Einordnung in den Gesamtkontext erfolgen: Was geschah parallel in der Fachwelt? Welche Berufs- und Karrieremöglichkeiten standen Frauen zur damaligen Zeit offen? Waren die Leistungen der portraitierten Frau Pionierleistungen?

2. Strukturen verändern für mehr Sichtbarkeit

Auch bei gleicher fachlicher Expertise sind Frauen und Männer nicht im gleichen Maße nach außen sichtbar. Um Frauen dauerhaft im Wissenschaftsbereich und in Unternehmen halten zu können, muss eine Arbeitsumgebung geschaffen werden, in der sich Frauen und Männer gleichermaßen entfalten können. In vielen Organisationen[2] bedarf es diesbezüglich Veränderungen von Strukturen, die bereits zu Beginn einer Maßnahme eingeplant werden sollten. Folgende Kriterien können dabei hilfreich sein:

2.1. Das relevante Umfeld (z. B. Leitungsebene, Mitarbeiter*innen, potenzielle Geldgeber*innen) wird für die Problematik der fehlenden Sichtbarkeit von Frauen sensibilisiert.

- Statistiken bieten eine gute Möglichkeit für die Veranschaulichung der Unterrepräsentanz von Frauen. Dadurch wird das für die Maßnahme relevante Umfeld dafür sensibilisiert, warum Maßnahmen zur Erhöhung der Sichtbarkeit von Frauen notwendig sind. Die aktuelle Datenlage kann (z. B. über die Darstellung der Frauenanteile in einem bestimmten Bereich wie in der Wissenschaft oder bei Preisverleihungen) eine solide Legitimation für eine Maßnahme liefern. Auch kann der Erfolg von Sichtbarkeitsmaßnahmen in der eigenen Organisation fortlaufend über Statistiken aufgezeigt werden.
- Auch in Schulungen kann für die bestehenden Ungleichheiten sensibilisiert werden.
- Die Vorteile einer diversen Gruppenzusammensetzung, die durch unterschiedliche Perspektiven die Entwicklung von Ideen und die Zusammenarbeit bereichert, werden aufgezeigt.

[2] Unter dem Begriff Organisation werden sowohl Wirtschaftsunternehmen, Vereine, Verbände aber auch Bildungsinstitutionen wie z.B. Universitäten und öffentliche Einrichtungen gezählt. Laut des Gabler Wirtschaftslexikons wird unter dem Begriff Organisation „das formale Regelwerk eines arbeitsteiligen Systems verstanden“, in dem „mehrere Personen in einem arbeitsteiligen Prozess mit Kontinuität an einer gemeinsamen Aufgabe infolge eines gemeinsamen Zieles“ arbeiten (https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/organisation-51971).

2.2. Auf der Organisationsebene werden Strukturen, die zu mehr Sichtbarkeit der Frauen führen, eingeführt und / oder geändert.

- Bereits bestehende Gleichstellungsstrukturen und Mitwirkende werden im Vorfeld identifiziert und in Maßnahmen mit eingebunden.
- Die organisationseigenen Medien und Kanäle für Öffentlichkeitsarbeit (z. B. Websites, Bildmaterial, Kommunikation nach außen) werden gendersensibel gestaltet, so dass sowohl die Sprache als auch die Bildauswahl Frauen ebenso anspricht wie Männer.
- Die Einführung von Quoten kann helfen, Geschlechterparität und damit mehr Sichtbarkeit von Frauen zu erreichen.
- Bei der Auswahl für Komitees, Jurys, Herausgeber*innen von Zeitschriften/Büchern, Organisator*innen von Konferenzen etc. wird auf eine geschlechterparitätische Verteilung geachtet.
- Frauen werden aktiv vorgeschlagen, z. B. für Akademien oder Expertinnen- und Begutachtungsgremien.
- Publikationen von Frauen werden bewusst zitiert und rezensiert.
- Die Organisation übernimmt die Verantwortung dafür, Mitarbeiterinnen auf allen Hierarchieebenen und in allen Fachbereichen (z. B. über Schulungen, Workshops, Mentoring und persönliche Beratungen) in ihrer Sichtbarkeit zu stärken (vgl. auch 3. Empowerment Frauen).
- Frauennetzwerke werden gegründet oder gestärkt.
- Die Organisation von Veranstaltungen o.ä. erfolgt gendersensibel und geschlechtsparitätisch (z. B. Frauen als Keynote Rednerin, Workshopleiterin, für Paneldiskussionen). Weitere Maßnahmen wie eine gezielte Reisekostenerstattung, Stipendien und Kinderbetreuungsmöglichkeiten können die Teilnahme und / oder Mitwirkung von Frauen an Veranstaltungen erhöhen.
- Das Thema Geschlechterungleichheiten aber auch die Hervorhebung von innovativen Frauen kann bereits in der Ausbildung / Lehre verankert werden.
- Mögliche (zeitliche oder finanzielle) Kompensationen werden mitgedacht, wenn Frauen (als Minderheitsgruppe) verstärkt zeitlich belastet sind, weil Kommissionen und Gremien paritätisch besetzt werden. Außerdem ist es wichtig, Ressourcen wie Zeit und Mittel, z. B. für Weiterbildungen, zur Verfügung zu stellen.
- Bei allen Änderungen auf der Organisationsebene sollte immer auch die oberste Leitungsebene aktiv in die Thematik eingebunden werden, damit das Vorhaben mehr Gewicht und Unterstützung erfährt.

2.3. Kooperationen, die die Sichtbarkeit der Frauen auch nachhaltig stärken können, werden von Anfang an eingeplant.

- Nach Ende der Implementation einer Maßnahme braucht es starke Kooperationen innerhalb der bestehenden Strukturen einer Organisation, die die Sichtbarkeit der Frauen nachhaltig stärken können. Die Organisationsleitung mit einzubeziehen, ist zielführend.
- Diese Kooperationen werden von Anfang an mitgedacht.
- Mögliche Kooperationspartner*innen sind z. B. die Hochschulleitung / Unternehmensleitung, Hochschulkommunikation / PR-Abteilung eines Unternehmens, Gleichstellungsstellen, Fachgesellschaften, externe Partner*innen / Institutionen mit Best-Practice Beispielen, Netzwerke sowie Medien.

2.4. Die Organisationskultur wird so gestaltet, dass die Sichtbarkeit von Frauen „normal“ wird.

- Die Organisationskultur sollte so gestaltet werden, dass sich Menschen aller Geschlechter gleichermaßen gesehen und anerkannt fühlen und sich einbringen wollen. Dies geschieht z. B. dadurch, dass innerhalb der Organisation zunächst für bestehende Stereotypen und Rollenklischees sensibilisiert wird, um dann in einem zweiten Schritt den vorherrschenden Stereotypen und Klischees bewusst entgegenzuwirken. Dazu sollten die unter Punkt 2.2 genannten strukturellen Veränderungen etabliert werden. Diese führen zu einer Veränderung der Unternehmenskultur, bei der Frauen oder weitere Geschlechter den gleichen Stellenwert in der Organisation haben wie Männer. Hierzu ist die Haltung aller in einer Organisation beteiligten Personen – angefangen bei der Führungsebene bis hin zu einzelnen Mitarbeiter*innen – relevant. Diese kann z. B. über Fortbildungen weiter gestärkt werden.
- Männer werden bewusst in alle Strategien mit einbezogen, um als „Verbündete“ der Frauen zu agieren. Sie können ihre berufliche Position und die ihnen zur Verfügung stehenden Ressourcen nutzen, um eine Veränderung der Strukturen maßgeblich mit voranzubringen. Männliche „Verbündete“ werden ebenfalls als Role Models sichtbar gemacht, damit sie als Vorbild für andere Männer fungieren.

3. Empowerment der Frauen für mehr Sichtbarkeit

Neben der Veränderung von bestehenden Strukturen, die die Sichtbarkeit innovativer Frauen einschränken oder verhindern, sollten Frauen auch konkret dazu ermutigt und darin geschult werden, wie sie sichtbarer werden können. Folgende Kriterien können diesbezüglich bei der Konzeption einer Sichtbarkeitsmaßnahme Berücksichtigung finden:

3.1. Notwendige Ressourcen und Unterstützung für mehr Sichtbarkeit von Frauen werden zur Verfügung gestellt.

- Eine direkte Ansprache bzw. Ermutigung, das eigene Potenzial sichtbar zu machen, z. B. durch Führungskräfte oder Kolleg*innen, trägt dazu bei, Frauen zu mehr Sichtbarkeit zu verhelfen. Es hilft zudem, wenn Frauen darauf aufmerksam gemacht werden, warum es wichtig ist, dass sie sich mit ihren Kompetenzen und Ideen einbringen. Dabei ist es zielführend zu betonen, dass es weniger darum geht, als Frau selbst im Mittelpunkt zu stehen, sondern ihre Erfahrungen und Kompetenzen im Mittelpunkt stehen.
- Wie beschrieben, sind neue Strukturen wichtig, die Frauen in ihrer Sichtbarkeit stärken. Ein wesentlicher Bestandteil dabei ist ein regelmäßiges Angebot an Fort- und Weiterbildungen (z. B. zu Rhetorik, Präsentieren, Vernetzung, Kommunikation über Social Media, eigene Körperhaltung). Gemeinsam durchgeführte Fort- und Weiterbildungen bieten den Frauen zudem neue Vernetzungsmöglichkeiten als positiven Nebeneffekt.
- Optimalerweise sollten Frauen bereits zu Beginn der Karriere die Möglichkeit erhalten, an Fortbildungen zur Erhöhung der eigenen Sichtbarkeit teilzunehmen, da Sichtbarkeit nur langsam aufgebaut werden kann.
- Mentoringangebote unterstützen Frauen bei der Karriereentwicklung und ermutigen sie dazu, die eigenen Leistungen sichtbarer zu machen. Dieses Angebot muss nicht nur durch Frauen gewährleistet werden, sondern kann auch von Männern erfolgen.
- Frauennetzwerke bieten eine gute Möglichkeit, sich gegenseitig zu unterstützen und voneinander zu lernen. Informationen über Netzwerke für Frauen sollten aktiv geteilt werden sowie die Vorteile von Netzwerken kommuniziert werden. Neben Präsenzangeboten kann die Netzwerkbildung auch (zusätzlich) über entsprechende Plattformen erfolgen.
- Frauen können über Preise und Nominierungen in ihrer Kompetenz bestärkt und gestärkt werden.

- Bereits vorhandene Kommunikationsabteilungen / Öffentlichkeitsarbeit können Frauen darin unterstützen, die eigene Sichtbarkeit auf- und auszubauen.
- Unterstützung erfolgt auch dadurch, Social Media Beiträge von Frauen zu liken und zu teilen.

3.2. Fort- und Weiterbildungen decken relevante Themen und Ziele für Empowerment ab.

- Inhaltlich umfassen die Fort- und Weiterbildungen z. B. folgende Themen:
  - Bedeutung der eigenen Sichtbarkeit wichtig nehmen
  - individuelle Ziele identifizieren entsprechend der persönlichen Präferenzen und Bedürfnisse
  - Bereitschaft stärken, sichtbar sein zu wollen
  - Selbstwirksamkeit stärken
  - einen Blick für die eigenen authentischen Möglichkeiten zur Sichtbarkeit erhalten
  - niedrigschwellige Umsetzungsmöglichkeiten der eigenen Sichtbarkeit
  - Bedeutung als Role Models für andere Frauen hervorheben
  - Relevanz der eigenen Arbeits- und Forschungsinhalte für die Gesellschaft herausarbeiten und klären, welche Ergebnisse und Inhalte in die Öffentlichkeit transportiert werden sollten
  - konkrete Praxisbeispiele für Sichtbarkeit aufführen
  - Vorbereitung auf und Umgang mit negativem Feedback und Kritik
  - strukturelle Herausforderungen benennen

3.3. Frauen tragen zur eigenen Sichtbarkeit bei.

- Neben der Veränderung der Strukturen und Unterstützungsangebote, die über Organisationen gewährleistet werden sollten, können Frauen auch selbst ihre eigene Sichtbarkeit im Blick haben und stärken.

  Mögliche Formate dabei sind:
  - berufliche Weiterbildungen / Zertifikate als nach außen sichtbare Qualifizierung
  - eigene Speakerinnen-Tätigkeiten
  - Angebot von Webinaren und Podcasts

4. Sichtbarkeit von Frauen nachhaltig stärken

Damit die Sichtbarkeit innovativer Frauen dauerhaft gelingt, ist es wichtig, die nachhaltige Wirkung der Maßnahme von Beginn an einzuplanen. Folgende Qualitätskriterien sind dabei von Bedeutung:

4.1. Erfolgskontrolle und Wirkung

- Über eine Evaluation und Monitoring wird bewertet, ob die gesetzten Ziele erreicht wurden (Outcome). Zentral ist, dass innovative Frauen bei der oder den primären Zielgruppe(n) sichtbarer geworden sind.
- Es gibt darüber hinaus eine Wirkung auf gesellschaftlicher, politischer oder Organisationsebene (Impact): Die Sichtbarkeit konnte über die primäre Zielgruppe hinaus vermittelt werden.

4.2. Wiederholbarkeit

- Die Methoden zur Erreichung der Projektziele sind gut geeignet, um Sichtbarkeit zu erhöhen: Mit dem gleichen Konzept könnte die gleiche Zielgruppe wieder erreicht werden.

4.3. Übertragbarkeit auf andere Bereiche (Transfer)

- Das Konzept könnte mit kleineren Anpassungen auf andere Bereiche übertragen werden. So könnte z. B. ein Konzept zur Sichtbarmachung von Frauen in den Ingenieurwissenschaften auf einen anderen Fachbereich oder eine andere Institution (z.B. Hochschule) übertragen werden.

4.4. Nachhaltigkeit (Verstetigung)

- Die Sichtbarkeitsmaßnahme ist so konzipiert, dass die Sichtbarkeit innovativer Frauen über die Dauer der Maßnahme hinaus bestehen bleibt. Ein zentraler Erfolgsfaktor dafür ist die frühzeitige Einbindung von Kooperationspartner*innen und der Leitungsebene.

Ergänzung:
Öffentlichkeitswirksame Formate zur Sichtbarmachung

Darstellung von Role Models: Die Veröffentlichung von Porträts und Erfolgsgeschichten von Frauen (z. B. in Form von Artikeln, Interviews, Videos oder Blogbeiträgen) erhöht die Sichtbarkeit von Frauen innerhalb und außerhalb der Organisation.

Für die Darstellung eignen sich:

- Regionale und überregionale Zeitungen, Zeitschriften (über gezielte Anfragen)
- Website der eigenen Organisation (z. B. Einrichten eines Bereichs, in dem exzellente Frauen vorgestellt werden oder mit Formaten wie „Expertin des Monats“)
- Newsletter
- Social-Media-Plattformen der eigenen Organisation
- Eigene oder externe Podcasts, in denen die Role Models über ihre Arbeit berichten
- Expertinnendatenbanken[3], in denen Role Models aus der eigenen Organisation platziert werden
- ggf. Wikipedia-Einträge

Gendersensible Werbekampagnen: Der erste Eindruck ist entscheidend! Organisationen können in ihren Werbekampagnen Frauen gezielt sichtbar machen und damit potenzielle weibliche Nachwuchskräfte gewinnen. Dabei sollte auf gendersensible Sprache und Bildsprache geachtet werden.

Award-Teilnahmen von Frauen gezielt fördern: Organisationen können Frauen für Auszeichnungen nominieren und die Nominierten öffentlichkeitswirksam kommunizieren, um die Leistungen der Frauen zu würdigen.

Gastbeiträge und Vorträge: Um die Expertise von exzellenten Frauen aus der eigenen Organisation sichtbar zu machen, können diese gezielt dazu ermutigt werden, als Gastrednerinnen auf Konferenzen, Fachveranstaltungen oder in Podcasts aufzutreten.

Veröffentlichung von Gleichstellungsberichten bzw. Gender-Monitoring: Um Transparenz zu zeigen und darzulegen, welche Priorität die Gleichstellung in der eigenen Organisation hat, können Fortschritte hierzu regelmäßig der Öffentlichkeit zur Verfügung gestellt werden. Auch Organisationen, die nicht verpflichtet sind, einen Bericht zur Entgeltgleichheit und Gleichstellung zu verfassen, können die Möglichkeit nutzen, entsprechende Informationen veröffentlichen.

[3] Eine Übersicht über vorhandene Expertinnendatenbanken findet sich auf der Website des Metavorhabens meta-IFiF im Infopool unter der Auswahl des Formats „Expertinnenportal“: https://www.innovative-frauen-im-fokus.de/infopool/sichtbarkeitsmassnahmen/?tx_solr%5Bfilter%5D%5B%5D=format%3AExpertinnenportal

Aktionen zum jährlichen Weltfrauentag: Der Weltfrauentag am 8. März bietet eine optimale Plattform, um auf die Bedeutung der Gleichstellung aufmerksam zu machen und damit die Sichtbarkeit von Frauen zu erhöhen. Gezielte Aktionen wie spezielle Veranstaltungen zum Thema, Social-Media-Kampagnen oder besondere Angebote können hier umgesetzt werden.

Kooperation mit Frauennetzwerken: Um innovative Frauen aus der eigenen Organisation sichtbarer zu machen, lohnt sich eine Zusammenarbeit mit externen Frauennetzwerken[4], die sich für die Stärkung von Frauen und Geschlechtergerechtigkeit einsetzen. Gemeinsam können Veranstaltungen oder Projekte umgesetzt bzw. Frauen der eigenen Organisation gezielt eingebunden werden.

[4] Eine Zusammenstellung vorhandener Frauennetzwerke findet sich auf der Website des Metavorhabens meta-IFiF im Infopool unter der Auswahl des Formats „Netzwerk“: https://www.innovative-frauen-im-fokus.de/infopool/sichtbarkeitsmassnahmen/?tx_solr%5Bfilter%5D%5B%5D=format%3ANetzwerk

Weiterführende Quellen:

Zu 1. Frauen als Role Models sichtbar machen:

Allan, Keri (2022): Tech Gender Gap überwinden - 7 Maßnahmen für mehr Frauen in der IT. Online verfügbar: https://www.computerwoche.de/a/7-massnahmen-fuer-mehr-frauen-in-der-it,3613113, abgerufen am 24.09.2025.

Gladstone, Jessica R. & Cimpian, Andrei (2021): Which role models are effective for which students? A systematic review and four recommendations for maximizing the effectiveness of role models in STEM. In: International journal of STEM education 8 (1), S. 59. DOI: 10.1186/s40594-021-00315-x.

Nobile, Nadine (2018): Frauen an die Macht: Kompetenzen und Ideen sichtbar machen. Online verfügbar: https://www.hrm.de/frauen-an-die-macht-kompetenzen-und-ideen-sichtbar-machen, abgerufen am 24.09.2025.

Zu 2. Strukturen verändern für mehr Sichtbarkeit

Cacace, Marina (2009). Guidelines for gender equality programmes in science. PRAGES - Practising gender equality in science. Rome: Ministry of Economy and Finance.

Enzenhofer, Bettina; Lusa García, Amaia; Sarnè, Giuseppe & Żakowska, Lidia (2020): Overview on How to Increase Female Visibility. GEECCO. Gender Equality in Engineering through Communication and Commitment (a H2020 project). Online verfügbar: https://www.tuwien.at/fileadmin/Assets/dienstleister/Gender_Equality_Office/gender_in_der_Forschung/GEECCO_Results/Public_deliverables/GEECCO_D5.3_Overview_on_How_to_Increase_Female_Visibility.pdf, abgerufen am 24.09.2025.

Fielding-Singh, Priya; Magliozzi, Devon & Ballakrishnen, Swetha (2018): Why Women Stay Out of the Spotlight at Work. Harvard Business Review, 2018/08. Online verfügbar: https://hbr.org/2018/08/why-women-stay-out-of-the-spotlight-at-work, abgerufen am 24.09.2025.

Nationale Akademie der Wissenschaften Leopoldina (2022): Frauen in der Wissenschaft - Entwicklungen und Empfehlungen. Stellungnahme, September 2022. Online verfügbar: https://www.leopoldina.org/publikationen/detailansicht/publication/frauen-in-der-wissenschaft-entwicklung-und-empfehlungen-2022, abgerufen am 24.09.2025.

Stephenson, Jo (2020): Female visibility is critical in STEM careers – but how do we engage male colleagues effectively? Tech Articles, WeAreTechwomen Article 20/02/2020. Online verfügbar: https://wearetechwomen.com/female-visibility-is-critical-in-stem-careers-but-how-do-we-engage-male-colleagues-effectively, abgerufen am 24.09.2025.

Zu 3. Empowerment der Frauen für mehr Sichtbarkeit

Cacace, Marina (2009*)*, siehe Literaturhinweis unter 2.

Enzenhofer et al. (2020), siehe Literaturhinweis unter 2.

Kohut, Dana (2022): Women In Tech: Why And How To Gain Visibility. Forbes, Small Business, 2022/02. Online verfügbar: https://www.forbes.com/sites/forbesbusinesscouncil/2022/02/15/women-in-tech-why-and-how-to-gain-visibility/?sh=630769972940, abgerufen am 24.09.2025.

Nationale Akademie der Wissenschaften Leopoldina (2022), siehe Literaturhinweis unter 2.

Nobile (2018), siehe Literaturhinweis unter 1.

Prautsch, Christina; Rathke, Julia; Knuth-Herzig, Katja & Zern-Breuer, Rubina (2022): 1. SPARK Lessons Learned Paper: Desgin Sprint „Sichtbarkeit für Frauen in der Wissenschaft“. Online verfügbar: https://www.spark-speyer.de/publikationen, abgerufen am 24.09.2025.

Rathke, Julia; Knuth-Herzig, Katja; Zern-Breuer, Rubina, Prautsch, Christina; Milker, Lena; Komaromi, Phillipp & Klenk, Sophie (2022): 2. SPARK Lessons Learned Paper: Werkstattworkshop „Sichtbarkeit für Frauen in der Wissenschaft“. Online verfügbar: https://www.spark-speyer.de/publikationen, abgerufen am 24.09.2025.

Rathke, Julia; Milker, Lena & Prautsch, Christina (2022): 3. SPARK Lessons Learned Paper: SPARK-Transferworkshop „Strukturelle Verankerungen von Sichtbarkeitsstrategien für Wissenschaftlerinnen“. Online verfügbar: https://www.spark-speyer.de/publikationen, abgerufen am 24.09.2025.

Impressum

Das dieser Veröffentlichung zugrunde liegende Vorhaben wurde mit Mitteln des Bundesministeriums für Forschung, Technologie und Raumfahrt (BMFTR) unter dem Förderkennzeichen 01FP21093M gefördert. Die Verantwortung für den Inhalt liegt beim Herausgeber.

Wir danken allen Mitarbeiter*innen aus den IFiF-Projekten sowie dem Beirat des Metavorhabens meta-IFiF für die vielfältigen Anregungen und Ergänzungen!

Herausgeber
Kompetenzzentrum Technik-Diversity-Chancengleichheit e. V.
Geschäftsführung: Sabine Mellies – Romy Stühmeier
Wilhelm-Bertelsmann-Straße 8, 33602 Bielefeld

Tel.: +49 521 106-73 22
Fax: +49 521 106-71 71
Vereinsregister Nr. 3811, Amtsgericht Bielefeld
UST-ID Nr. /VAT DE215 430 356

Konzeption, Text, Redaktion
Dr.´in Miriam Bröckel | Metavorhaben „Innovative Frauen im Fokus“
Ines Großkopf | Metavorhaben „Innovative Frauen im Fokus“

Inhaltliche Beratung
Christina Rouvray | Metavorhaben „Innovative Frauen im Fokus“

Stand: Oktober 2025. 2. Auflage mit formalen Aktualisierungen (Logo, Bezeichnung des Förderministeriums, Adressänderung) und Aktualisierung der Weblinks. Der Inhalt entspricht der 1. Auflage.

Das Metavorhaben „Innovative Frauen im Fokus“ (meta-IFiF) ist im Kompetenzzentrum Technik-Diversity-Chancengleichheit e. V. angesiedelt.

Kontakt

Metavorhaben
Innovative Frauen im Fokus

Sie möchten mehr über aktuelle Maßnahmen im Bereich Chancengerechtigkeit und Sichtbarkeit von Frauen in Wissenschaft, Forschung und Innovation erfahren? meta-IFiF bietet auf der Website www.innovative-frauen-im-fokus.de einen Überblick über Forschungs- und Umsetzungsprojekte in diesem Bereich, Hintergrundanalysen sowie News und Hinweise auf Veranstaltungen aus dem Themenfeld.

Projektleitung:
Christina Rouvray | rouvray@meta-ifif.de

Presse:
Ines Großkopf | grosskopf@meta-ifif.de

Weitere Informationen finden Sie auf unserer Website www.innovative-frauen-im-fokus.de
und in unseren Social-Media-Kanälen: linkedin.com/showcase/meta-ifif | @meta-ifif.bsky.social

© 2025 | Kompetenzzentrum-Technik-Diversity-Chancengleichheit e. V.