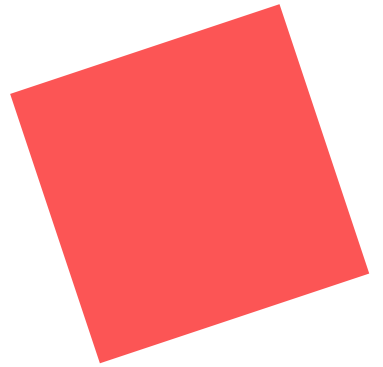


# Kommunikation gestalten – Gleichstellung stärken.

Konzept für eine geschlechtersensible  
Kommunikationspraxis



# Inhalt

Vorwort	3
<b>1 Geschlechtersensible Kommunikation an der HM</b>	<b>4</b>
<b>2 Akteurinnen und Akteure der Kommunikation</b>	<b>6</b>
<b>3 Zielgruppen und Ziele geschlechtersensibler Kommunikation</b>	<b>8</b>
<b>4 Maßnahmen</b>	<b>10</b>
4.1 Durchführung	12
4.2 Interner Austausch und Information	16
4.3 Kompetenzen	18
<b>5 Ausblick</b>	<b>22</b>
Abkürzungen	24

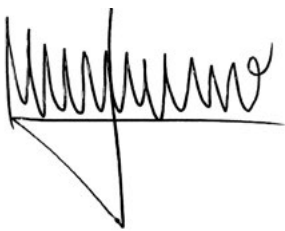
## Vorwort

Die Hochschule München (HM) versteht Gleichstellung als Grundlage für eine solidarische und exzellente Hochschule. Gleichstellung prägt das Selbstverständnis der HM als modernen Lebens- und Arbeitsraum und ist fest in der strategischen Entwicklung der HM verankert. Mit dem Hochschulentwicklungsplan 2023 (HEP 2023) wurde Gleichstellung als eines der zentralen Querschnittsthemen definiert. Damit ist der Anspruch verbunden, Geschlechteraspekte in allen Handlungsfeldern unserer Hochschule mitzudenken und daraufhin anzupassen.

Kommunikation spielt dabei eine zentrale Rolle. Sie formt Wahrnehmung, schafft Sichtbarkeit und prägt Kultur. Geschlechtersensible Kommunikation bedeutet für uns, sowohl die Inhalte als auch die Art und Weise der Informationsvermittlung so zu gestalten, dass alle Menschen gleichermaßen angesprochen, repräsentiert und respektiert werden. Sie trägt dazu bei, bestehende Stereotype abzubauen, Diversität sichtbar zu machen und Gleichstellung aktiv zu fördern.

Das vorliegende Konzept für eine geschlechtersensible Kommunikationspraxis an der HM ist Ausdruck dieses Anspruchs: Es konkretisiert erstmals Ziele, Zielgruppen und Maßnahmen. Gleichzeitig versteht sich die HM in diesem Feld als eine lernende Organisation, in der geschlechtersensible Kommunikation geübt, weiterentwickelt und zunehmend selbstverständlich wird.


Wir laden alle Akteurinnen und Akteure der Kommunikation dazu ein, dieses Konzept lebendig werden zu lassen, seine Prinzipien in der täglichen Kommunikation anzuwenden und damit die HM als gleichstellungsstarke Hochschule zu präsentieren.



Prof. Dr. Martin Leitner  
Präsident



Prof. Dr. Thomas Stumpp  
Vizepräsident für Wirtschaft



Prof. Dr. Elke Wolf  
Hochschulfrauenbeauftragte

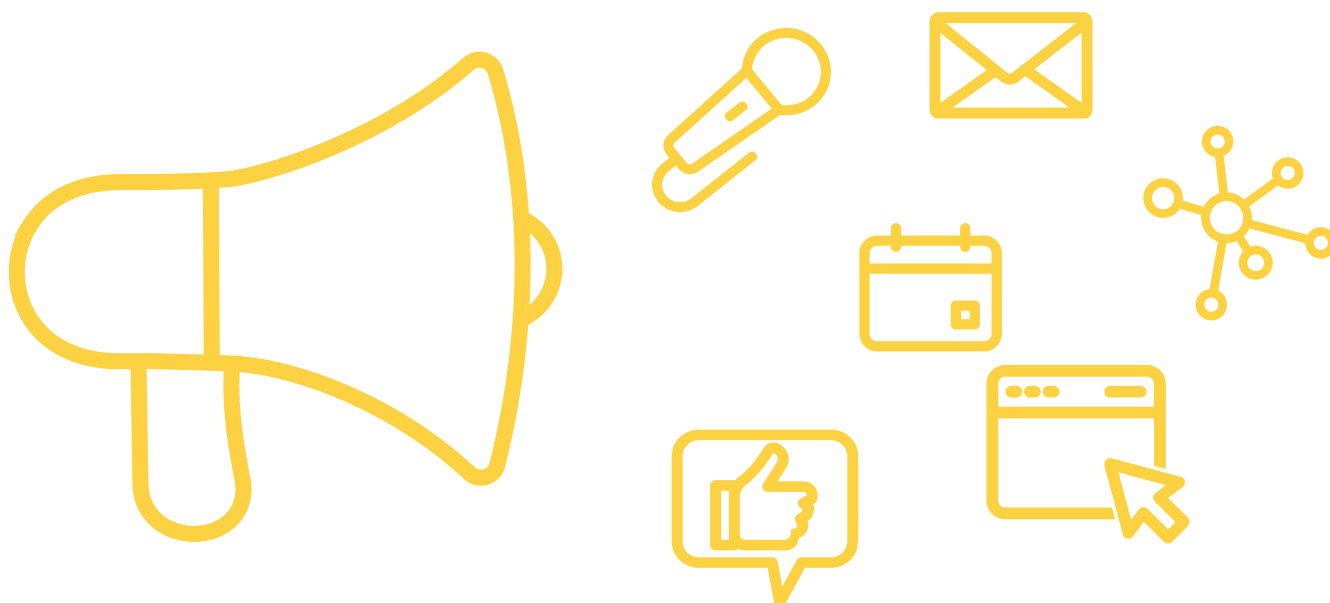
# 1 Geschlechtersensible Kommunikation an der HM

Die Förderung von Gleichstellung ist ein integraler Bestandteil des Hochschulentwicklungsplan 2023 (HEP 2023). Darin bekennt sich die HM zu konkreten Gleichstellungszielen und verknüpft diese mit entsprechenden Maßnahmen in den zentralen Handlungsfeldern Lehre, Forschung, Transfer, Ressourcen und Prozesse sowie Organisation und Steuerung. Darüber hinaus wurde Gleichstellung im HEP 2023 als eines der strategisch bedeutsamen Querschnittsthemen definiert.

Im Sinne des Gender Mainstreaming ist Gleichstellung ein zentraler Bestandteil der Hochschulentwicklung und als Querschnittsthema fest verankert. Entsprechend soll die Kommunikation der HM geschlechtersensibel erfolgen, um implizite oder unsichtbare Barrieren wie tradierte Normen und Geschlechterstereotype langfristig abzubauen. Dazu gehört auch, dass die HM-Gleichstellungspraxis gut sichtbar an diverse Zielgruppen kommuniziert wird (vgl. Hochschulvertrag 2023–2027: 11). Als Grundlage und Orientierung für eine geschlechtersensible Sprache wurde bereits 2024 die Handreichung Gendersensible Sprache an der HM für alle Hochschulangehörigen entwickelt.

Laut Geschäftsverteilungsplan des Präsidiums ist ein Mitglied der Hochschulleitung, aktuell der Vizepräsident für Wirtschaft, u. a. verantwortlich für den sogenannten „Lebensraum Hochschule“ mit den Themen Gleichstellung, Diversität, Familie, Gesundheit, Inklusion, Begabtenförderung sowie Alumni. Die Hochschulfrauenbeauftragte, ihre beiden Stellvertretungen sowie die jeweiligen Fakultätsfrauenbeauftragten unterstützen die Hochschulleitung bei der tatsächlichen Durchsetzung der Gleichberechtigung von Frauen und Männern in der Wissenschaft. Für Gleichstellung im wissenschaftsstützenden Bereich ist die Gleichstellungsbeauftragte sowie ihre Stellvertretung zuständig. Der Kanzler der HM nimmt als dienst-vorgesetzte Person eine zentrale Rolle für Entscheidungen über die im Rahmen des Gleichstellungskonzept für den wissenschaftsstützenden Bereich der Hochschule München (GSK 2024) erarbeiteten gleichstellungsrelevanten Maßnahmen ein.

Die Maßnahmen des vorliegenden Konzepts für eine geschlechtersensible Kommunikationspraxis an der HM wurde durch die Kommunikationsreferentin für Gender und Diversity (HK) in Zusammenarbeit mit der Hochschulfrauenbeauftragten, der Abteilung Hochschulkommunikation (HK) sowie der Abteilung Strategische Hochschulentwicklung (HE) erarbeitet. Weitere wichtige Mitwirkende bei der Umsetzung der Maßnahmen in den unterschiedlichen Abteilungen sind beispielsweise die Referentin Gender und Diversity in HE sowie die Referentin für Gendercontrolling in der Abteilung Qualitätsentwicklung und Digitalisierung (QED).



## 2 Akteurinnen und Akteure der Kommunikation

## 2 Akteurinnen und Akteure der Kommunikation

Die Kommunikation der HM erfolgt durch zahlreiche Akteurinnen und Akteure. Die Abteilung Hochschulkommunikation (HK) hat dabei eine Schlüsselrolle. Sie berät zu Kommunikationsprozessen, zum Teil auch dezentral Kommunizierende in Abteilungen und Fakultäten. Da die Kommunikation der HM nicht nur von der HK ausgeht, sondern auch von Einzelakteurinnen und -akteuren, beziehen sich die Ziele und Maßnahmen des vorliegenden Konzepts auf die unterschiedlichen Kommunikatorinnen und Kommunikatoren. Diese sind:



1 z.B. Chefredakteurinnen und -redakteure der HM-weiten Webseiten, Dekanatsreferentinnen und -referenten, Geschäftsleitungen oder Kommunikationsbeauftragte

# 3 Zielgruppen und Ziele geschlechtersensibler Kommunikation



Die Kommunikation der HM adressiert folgende interne und externe Zielgruppen:

---

#### **Intern**

- Studierende
- Wissenschaftsstützendes Personal
- Wissenschaftliche Mitarbeitende
- Promovierende
- Professorinnen und Professoren

#### **Extern**

- Politik
  - Medienvertreterinnen und -vertreter
  - Organisierte Zivilgesellschaft
  - Zivilgesellschaft – breite Öffentlichkeit
  - Vertreterinnen und Vertreter aus unterschiedlichen Fach- und Branchencommunities
  - Praxispartner
  - Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler
  - Wissenschaftsinstitutionen
- 

Das vorliegende Konzept knüpft an das im HEP 2023 formulierten Ziel „Gleichstellung und Gender sind zentrale Bestandteile der Öffentlichkeitsarbeit der HM“ (HEP 2023: 76) an. Als Maßnahme dafür wurde ein Kommunikationskonzept vorgesehen, über das „Gleichstellung und Gleichstellungserfolge [...] systematisch in die Öffentlichkeitsarbeit der HM“ (HEP 2023: 77) einfließen.

Das Konzept für eine geschlechtersensible Kommunikationspraxis zielt ab auf die Verankerung einer gleichstellungs- und diversitätssensiblen Kommunikation und -infrastruktur an der HM. Dies zeigt sich in Angeboten für die Zielgruppen in Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit sowie die Kommunikation und Sichtbarmachung zu den Erfolgen der Gleichstellungsarbeit sowie ihren Strategien, Maßnahmen, Angeboten und Projekten.

---

#### **Ziele für interne Zielgruppen**

- Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler der HM, HM-Mitarbeitende und Studierende nehmen die HM als gleichstellungsstarke Hochschule wahr und streben eine Weiterbeschäftigung an der HM an oder möchten ihr Studium an der HM fortführen.
- An der HM werden HM-Wissenschaftlerinnen und ihre Themen sichtbarer. Sie fungieren als Role Models.
- Die verbesserte Kommunikation von Angeboten für Frauen unterstützt Professorinnen und Mitarbeiterinnen bei ihrer Karriereentwicklung.

#### **Ziele externe Zielgruppen**

- Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler der HM nehmen die HM als gleichstellungsstarke Hochschule wahr und streben eine Beschäftigung oder ein Studium an der HM an.
  - In der (Fach-) Öffentlichkeit werden HM-Wissenschaftlerinnen und ihre Themen sichtbarer und ihre Lösungen finden noch mehr Eingang in gesellschaftliche und wissenschaftliche Debatten.
  - HM-Wissenschaftlerinnen fungieren als Role Models und tragen somit zum Abbau von Stereotypen bei.
-

# 4 Maßnahmen

Die im Folgenden detailliert beschriebenen Maßnahmen wurden analog zur Strategie Wissenschaftskommunikation der HM aus 2025 strukturiert und entsprechend in Kern- und Unterstützungsprozesse unterteilt.

„Kernprozesse umfassen die Leistungserbringung, hier die konkrete Durchführung der Formate und deren qualitätsgesicherte (Weiter-) Entwicklung. Dafür notwendige Unterstützungsprozesse ermöglichen es, die Organisation und ihre Mitglieder zur erfolgreichen Wissenschaftskommunikation zu motivieren und zu befähigen.“ (Wisskomm 2025: 20) Dazu gehören die unter Abschnitt 4.1 genannten Maßnahmen. Die in den Abschnitten 4.2 und 4.3 erläuterten Maßnahmen repräsentieren Unterstützungsprozesse, um die in Kapitel 3 definierten Ziele und Zielgruppen zu erreichen.

## Maßnahmenübersicht

Durchführung	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ <b>M1</b> Webseiten im Bereich Gleichstellung und Diversität aktuell halten</li> <li>▶ <b>M2</b> Angebote auf Social Media vorstellen</li> <li>▶ <b>M3</b> Angebote via Infomail / Newsletter ankündigen</li> <li>▶ <b>M4</b> Aktivitäten für Pride Month erarbeiten und umsetzen</li> <li>▶ <b>M5</b> Webseiten Gleichstellung und Diversität überarbeiten</li> <li>▶ <b>M6</b> Krisenkommunikation geschlechtersensibel gestalten</li> <li>▶ <b>M7</b> Geschlechtersensible Kommunikation messen</li> <li>▶ <b>M8</b> Auftritt des Bereichs Gleichstellung und Diversität in der HM App verbessern</li> </ul>
Interner Austausch und Information	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ <b>M9</b> Austauschformat „The floor is yours“ regelmäßig anbieten</li> <li>▶ <b>M10</b> Themen von Wissenschaftlerinnen fortlaufend erfassen</li> <li>▶ <b>M11</b> Fakultätsfrauenbeauftragte werden für ihre Rolle als Multiplikatorinnen hinsichtlich der Informationsweitergabe sensibilisiert</li> <li>▶ <b>M12</b> Kampagne zur Erhöhung der Sichtbarkeit von Professorinnen entwickeln und umsetzen</li> <li>▶ <b>M13</b> Erscheinungsbild: Key Visuals, Bildkonzept und Farbkonzept für den Bereich Gleichstellung und Diversität erarbeiten und flächendeckend nutzen</li> </ul>
Kompetenzen	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ <b>M14</b> Medientraining für Wissenschaftlerinnen anbieten</li> <li>▶ <b>M15</b> LinkedIn-Schulung für die Förderung persönlicher Accounts von Wissenschaftlerinnen anbieten</li> <li>▶ <b>M16</b> Schulung „Geschlechtersensible Kommunikation“ für HK</li> <li>▶ <b>M17</b> Aspekte geschlechtersensibler Kommunikation in bestehende Schulungen für Chefredakteurinnen und -redakteure integrieren</li> <li>▶ <b>M18</b> Schulungen INSIDE:HK für Wissenschaftlerinnen</li> <li>▶ <b>M19</b> Schreibwerkstätten für Wikipedia-Biografien von HM-Professorinnen anbieten</li> <li>▶ <b>M20</b> Vorlage für Profilinformationen auf HM Seite bereitstellen</li> <li>▶ <b>M21</b> Checkliste geschlechtersensible Kommunikation erstellen und Leitfäden von HK für interne und externe Kommunizierende und Dienstleistende überarbeiten</li> </ul>

## 4.1 Durchführung

### 4.1.1 Bestehende und neue Formate betreiben



#### M1

#### Webseiten im Bereich Gleichstellung und Diversität aktuell halten

##### Zuständigkeit

- Betreuung Webseiten: Referentin für Gender und Diversity in HE sowie Chefredaktionen involvierter Abteilungen / Beauftragte
- Zuliefern von Texten: Kommunikationsreferentin für Gender und Diversity in HK

**Umsetzungszeitraum**  
fortlaufend

##### Ressourcen

vorhandene Personalressourcen in HK, HE und weiteren involvierten Organisationseinheiten

##### Hintergrund

Die Webseiten im Bereich Gleichstellung und Diversität sind nicht nur für Hochschulmitglieder, sondern auch für Externe eine wichtige Informationsquelle über aktuelle Angebote sowie die strategische Verortung des Themas. Nur wenn diese Seiten gepflegt sind und auf laufende Maßnahmen sowie (strategische) Erfolge verweisen, wird die HM als gleichstellungsstarke Hochschule wahrgenommen.

##### Kurzbeschreibung

Die Webseiten Gleichstellung und Diversität enthalten neben Hinweisen zu aktuellen Veranstaltungen auch News zu gleichstellungsrelevanten Ereignissen und Erfolgen innerhalb der HM.

##### Erwartete Effekte

Die Gleichstellungspraxis der HM wird für die Zielgruppen sichtbar. Die Zielgruppen finden die für sie relevanten Angebote. Die HM positioniert sich im Vergleich mit anderen Hochschulen als gleichstellungsstark.



#### M2

#### Angebote auf Social Media vorstellen

##### Zuständigkeit

Kommunikationsreferentin für Gender und Diversity in HK in Abstimmung mit Social Media-Redaktion in HK

**Umsetzungszeitraum**  
fortlaufend

##### Ressourcen

vorhandene Personalressourcen in HK

##### Hintergrund

Social Media ist ein wichtiger Kanal, um die Zielgruppen der Angebote im Bereich Gleichstellung und Diversität zu erreichen. Insbesondere Studierende informieren sich größtenteils über Social Media. Darüber hinaus können mit Social Media auch Zielgruppen außerhalb der HM angesprochen werden.

##### Kurzbeschreibung

Angebote aus dem Bereich Gleichstellung und Diversität werden auf den Social Media-Kanälen der HK beworben (z. B. Erstanlaufstelle Antidiskriminierung, Bayern Mentoring).

##### Erwartete Effekte

Die Gleichstellungspraxis und diversitätssensible Kultur der HM wird für die Zielgruppen sichtbar. Die Zielgruppen finden aktuelle Angebote. Die HM positioniert sich im Vergleich mit anderen Hochschulen als gleichstellungsstark.



## M3

### Angebote via Infomail / Newsletter ankündigen

#### Zuständigkeit

- Kommunikationsreferentin für Gender und Diversity in HK
- Zulieferung von Inhalten durch Gleichstellungsbeauftragte, Hochschulfrauenbeauftragte und Referentin für Gender und Diversity in HE
- Anpassungen für Matoma in Zusammenarbeit mit der Abteilung Zentrale IT sowie dem Corporate Identity-Support (CI-Support)

**Umsetzungszeitraum**  
2026

#### Ressourcen

vorhandene Personalressourcen der Gleichstellungsbeauftragten, der Hochschulfrauenbeauftragte sowie in HK und HE

#### Hintergrund

Mit Hilfe von Infomails bzw. Newslettern können Zielgruppen flächendeckend über neue Angebote informiert werden. Dieser Informationskanal eignet sich besonders, wenn die Information lückenlos verbreitet werden soll (z. B. an alle Professorinnen) und wenn mehrere Informationen gemeinsam kommuniziert werden sollen.

#### Kurzbeschreibung

Informationen zu Veranstaltungen, Fortbildungsmöglichkeiten und aktuelle News in Bezug auf die Gleichstellungsarbeit der HM werden in Infomails bzw. als Newsletter versendet. Dafür wird eine Vorlage im Newsletter-Tool Matoma erstellt und ein eigenes Headerbild zur Wiedererkennung entwickelt.

#### Erwartete Effekte

HM-interne Zielgruppen werden lückenlos über Angebote informiert und nehmen diese vermehrt in Anspruch. Außerdem wird für interne Zielgruppen die Gleichstellungspraxis der HM besonders sichtbar. Das unterstützt und motiviert v. a. Wissenschaftlerinnen und Mitarbeiterinnen.



## M4

### Aktivitäten für Pride Month erarbeiten und umsetzen

#### Zuständigkeit

- für Veranstaltungen: Referentin für Gender und Diversity in HE,
- für Kommunikation: Kommunikationsreferentin für Gender und Diversity in HK und Redaktionsteam HK

**Umsetzungszeitraum**  
jährlich

#### Ressourcen

- vorhandene Personalressourcen in HE und HK
- Sachmittel für Druckkosten von Postkarten (2024: 300 Euro, 2026: 200 Euro, 2027: 250 Euro, jeweils aus Strategiefonds HK)

#### Hintergrund

Der Pride Month ist eine der wichtigsten Veranstaltungen im Jahr, um auf die Lebensrealitäten, Anliegen und Rechte queerer Menschen aufmerksam zu machen. Viele Unternehmen und Organisationen bekennen sich zu diesem Anlass öffentlich solidarisch mit queeren Menschen. Auch die HM setzt sich für sichere und wertschätzende Arbeits- und Studienbedingungen für queere Menschen ein. Daher nutzt die HM den Pride Month, um sich öffentlich zu positionieren sowie queeres Leben an der HM zum Thema und sichtbar zu machen.

#### Kurzbeschreibung

Die HM beteiligt sich am Pride Month, berichtet über Angebote (auch außerhalb der HM) und zeigt queeres Leben an der HM. Um die Arbeit zu vereinfachen und eine Kontinuität zu gewährleisten, wird auf etablierte Formate, wie zum Beispiel das Hissen der Flagge, begleitet von einer News auf der Webseite und einem Post auf Social Media, zurückgegriffen. Sofern es die Ressourcen zulassen, soll dieses Angebot um ein weiteres, jährlich wiederkehrendes Format ergänzt werden.

#### Erwartete Effekte

Queere Menschen fühlen sich an der HM willkommen und die HM positioniert sich auch außerhalb als Hochschule mit einer wertschätzenden Kultur.



#### M5 Webseiten Gleichstellung und Diversität überarbeiten

**Zuständigkeit**  
offen

**Umsetzungszeitraum**  
offen

**Ressourcen**  
vorhandene Personal-  
ressourcen in allen  
betroffenen Bereichen

##### **Hintergrund**

Die aktuellen Webseiten für den Bereich Gleichstellung und Diversität spiegeln eine mit begrenzten Ressourcen gewachsene Informationssammlung wider. Es fehlt an inhaltlicher Klarheit und Userfreundlichkeit. Die Webseiten sind nicht Suchmaschinenoptimiert und liefern kein umfassendes Bild der HM-Gleichstellungsarbeit.

##### **Kurzbeschreibung**

Zur besseren Übersicht werden die Webseiten Gleichstellung und Diversität besser strukturiert, mit gut verständlichen Texten versehen und mit passenden und aktuellen Bildern aufgewertet.

##### **Erwartete Effekte**

Die Gleichstellungspraxis der HM wird für die Zielgruppen sichtbarer. Die Zielgruppen finden aktuelle Angebote. Die HM positioniert sich im Vergleich mit anderen Hochschulen als gleichstellungsstark.



#### M6 Krisenkommunikation geschlechtersensibel gestalten

**Zuständigkeit**  
Kommunikationsreferentin  
für Gender und Diversity in  
HK in Zusammenarbeit mit  
der Abteilungsleitung HK

**Umsetzungszeitraum**  
2025

**Ressourcen**  
vorhandene Personal-  
ressourcen in HK

##### **Hintergrund**

Debatten rund um das Thema Gleichstellung und Diversität sind stark politisiert. Es ist daher möglich, dass Aktivitäten der HM zu heftigen Reaktionen führen. Auch unvorhergesehene Vorfälle können eine rasche kommunikative Reaktion der HM erfordern. Für diese Fälle gibt es festgelegte Prozesse der Krisenkommunikation, die jedoch blinde Flecken im Kontext geschlechtersensibler Kommunikation aufweisen. Da Krisenkommunikation immer kurzfristig und schnell erforderlich ist, sind klar festgelegte Prozesse für die Bewältigung dieser Herausforderung hilfreich. So kann vermieden werden, wichtige Aspekte geschlechtersensibler Kommunikation zu übersehen.

##### **Kurzbeschreibung**

Die in HK festgelegten Prozesse zur Krisenkommunikation werden angepasst.

##### **Erwartete Effekte**

Die HM-Krisenkommunikation erfolgt professionell und geschlechtersensibel.



## M7

### Geschlechtersensible Kommunikation messen

#### Zuständigkeit

- Beratung: Referentin für Gendercontrolling in QED
- Erhebung: Kommunikationsreferentin für Gender und Diversity in HK

**Umsetzungszeitraum**  
2026 – 2027

#### Ressourcen

vorhandene Personalressourcen in QED und HK

#### Hintergrund

Um das strategische Ziel der geschlechtersensiblen Kommunikation an der HM zu erreichen, sollen Kennzahlen entwickelt und erhoben werden. Geschlechtersensible Kommunikation bedeutet oftmals einen erhöhten Aufwand und manchmal auch eine Einschränkung der Reichweite, etwa weil auf Reizwörter verzichtet wird. Geschlechtersensible Kommunikation ist jedoch ein Qualitätsmerkmal und soll deshalb messbar gemacht werden.

#### Kurzbeschreibung

Es werden Indikatoren der geschlechtersensiblen Kommunikation entwickelt.

#### Erwartete Effekte

Geschlechtersensible Kommunikation wird als messbares Qualitätskriterium sichtbar und kann so in die Ausrichtung der Kommunikationsarbeit einfließen.



## M8

### Auftritt des Bereichs Gleichstellung und Diversität in der HM App verbessern

#### Zuständigkeit

- Posten und Redaktionsplan: Referentin für Gender und Diversity in HE
- Erscheinungsbild: Hochschulfrauenbeauftragte in Zusammenarbeit mit CI-Support und Redaktion der HK

**Umsetzungszeitraum**  
offen, in Verbindung mit Gesamterscheinungsbild von Gleichstellung und Diversität

#### Ressourcen

zurzeit keine Sachmittel und keine Personalressourcen vorhanden

#### Hintergrund

Die HM App ist ein wichtiger Kanal, um Mitglieder der HM über neue Aktivitäten im Bereich Gleichstellung und Diversität zu informieren. Mit Einführung des Studierendenausweises in der HM App zum Wintersemester 2025 / 26 wird die App für alle Studierenden verpflichtend und erreicht somit alle Studierenden. Dieser Kanal kann mit einem überarbeiteten Konzept von Inhalten und Erscheinungsbild optimal genutzt werden.

#### Kurzbeschreibung


Für eine bessere Wiedererkennung der Nachrichten aus dem Bereich Gleichstellung und Diversität sowie eine zielgerichtete Verbreitung der Angebote wird das Erscheinungsbild der HM-App überarbeitet und regelmäßig in der App gepostet. Dafür wird ein Redaktionsplan erstellt.

#### Erwartete Effekte

Die HM Gleichstellungspraxis und Angebote werden durch einen einheitlichen und ansprechenden Auftritt sichtbarer und die Angebote stärker in Anspruch genommen.

## 4.2 Interner Austausch und Information

### 4.2.1 Austausch ermöglichen



#### M9 Austauschformat „The floor is yours“ regelmäßig anbieten

---

**Zuständigkeit**

- Organisation: Referentin für Gender und Diversity in HE
- Inhalte: Hochschul-frauenbeauftragte

**Umsetzungszeitraum**  
fortlaufend**Ressourcen**

vorhandene Personal-ressourcen der Hochschul-frauenbeauftragte und in HE

**Hintergrund**

Berichterstattung – sei es in der Wissenschaftskommunikation oder sonstiger Content der HK – setzt das Einverständnis der Akteure und Akteurinnen sowie der Protagonisten und Protagonistinnen voraus. Die Erfahrung zeigt, dass Frauen auf Anfragen von HK oder der Presse oft zurückhaltender reagieren. Da Männer und Frauen mit unterschiedlichen Reaktionen auf ihre Sichtbarkeit konfrontiert sind, kann der Austausch unter Frauen zur Stärkung ihres Sichtbarkeitshandelns beitragen.

**Kurzbeschreibung**

Ein bis zwei Mal pro Jahr wird ein Austausch von Wissenschaftlerinnen organisiert. Bei diesen Treffen werden Erfahrungen geteilt und ein Netzwerk für die Erhöhung der Sichtbarkeit aufgebaut.

**Erwartete Effekte**

Wissenschaftlerinnen werden gestärkt und reflektieren eigene Sichtbarkeitsstrategien.

### 4.2.2 HM-Inhalte sichtbarer machen



#### M10 Themen von Wissenschaftlerinnen fortlaufend erfassen

---

**Zuständigkeit**

Kommunikationsreferentin für Gender und Diversity in HK

**Umsetzungszeitraum**  
2025–2027**Ressourcen**

vorhandene Personal-ressourcen in HK

**Hintergrund**

Projekte und Aktivitäten von Wissenschaftlerinnen ändern sich fortlaufend. Ein strukturell verankerter Informationsfluss an die HK ist Voraussetzung für eine systematische Berichterstattung über die Aktivitäten von Wissenschaftlerinnen in den Bereichen Forschung, Lehre und Transfer.

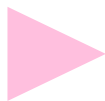
**Kurzbeschreibung**

Mit einem Formular zur Erfassung der Themen von Wissenschaftlerinnen, die an Presse- und Medienarbeit mitwirken möchten, baut HK eine Kontakt- und Themenliste für die Kommunikatorinnen und Kommunikatoren auf.

**Erwartete Effekte**

Projekte und Aktivitäten von Wissenschaftlerinnen werden in der Presse und auf den HK-Kanälen sichtbarer.





## M11

### Fakultätsfrauenbeauftragte für ihre Rolle als Multiplikatorinnen hinsichtlich der Informationsweitergabe sensibilisieren

**Zuständigkeit**

Hochschulfrauenbeauftragte

**Umsetzungszeitraum**

fortlaufend

**Ressourcen**

vorhandene Personalressourcen der Hochschulfrauenbeauftragte

**Hintergrund**

Frauenbeauftragte können als dezentrale Anlaufstelle für das Sichtbarwerden von Professorinnen stehen. Sie können als Multiplikatorinnen und Multiplikatoren den Informationsfluss unterstützen und interessante Themen an HK und die Fakultäten weitergeben.

**Kurzbeschreibung**

Die Hochschulfrauenbeauftragten sensibilisieren die Fakultätsfrauenbeauftragten regelmäßig in Bezug auf ihre Rolle als Multiplikatorinnen und Multiplikatoren.

**Erwartete Effekte**

Den Fakultätsfrauenbeauftragten ist ihre wichtige Rolle im Prozess der Informationsweitergabe von Transfer-, Forschungs- und Lehrthemen sowie Aktivitäten von Wissenschaftlerinnen bewusst. Die Fakultätsfrauenbeauftragten fragen ihre Kolleginnen nach interessanten Themen und melden diese an HK, entweder über das Formular [Themenvorschlag](#) oder über ein [Formular](#) zur Erfassung der Themen von Wissenschaftlerinnen, die an Presse- und Medienarbeit mitwirken möchten.



## M12

### Kampagne zur Erhöhung der Sichtbarkeit von Professorinnen entwickeln und umsetzen

**Zuständigkeit**

Kommunikationsreferentin für Gender und Diversity in HK mit Unterstützung der Redaktion der HK

**Umsetzungszeitraum**

2025–2026 (1 Jahr)

**Ressourcen**

- vorhandene Personalressourcen in HK
- Sachressourcen (3.000 Euro aus Strategiefonds HK für Anzeigen auf diversen Social Media-Kanälen)

**Hintergrund**

Fehlende Role Models führen dazu, dass Frauen bestimmte Karriereschritte nicht in Erwägung ziehen. Zur Motivation und Anwerbung weiterer Professorinnen ist es daher hilfreich, die HM-Professorinnen im Rahmen einer Social Media-Kampagne sichtbar zu machen. Dabei wird darauf geachtet, auch Professorinnen, die hauptsächlich in der Lehre verortet sind, zu zeigen. Um die Beteiligung der Kolleginnen zu sichern, stehen ihre Aktivitäten in den Bereichen Forschung, Lehre oder Transfer im Vordergrund und nicht ausschließlich ihre Person.

**Kurzbeschreibung**

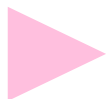
Die HK entwickelt ein Format, mit dem über einen längeren Zeitraum Frauen und ihr Aktionsfeld an der HM sichtbar gemacht werden.

**Erwartete Effekte**

Professorinnen und ihre Themen werden sichtbarer auf Social Media. Das Verhältnis zwischen vorgestellten Professorinnen und Professoren verschiebt sich hin zu mehr Parität und die vorgestellten HM-Professorinnen werden bekannter.

## 4.2 Interner Austausch und Information (Fortsetzung)

### 4.2.2 HM-Inhalte sichtbarer machen (Fortsetzung)



#### M13

Erscheinungsbild (Key Visuals, Bild- und Farbkonzept) für den Bereich Gleichstellung und Diversität erarbeiten und flächendeckend nutzen

**Zuständigkeit**  
offen

**Umsetzungszeitraum**  
offen

**Ressourcen**  
externe Agentur,  
zurzeit keine  
Ressourcen vorhanden

#### Hintergrund

Kommunikation zu Themen im Bereich Gleichstellung und Diversität folgt an der HM bisher keinem eigenständigen grafischen Konzept. Die einzelnen Projekte, Anlaufstellen und Bereiche arbeiten mit unterschiedlichen Designs. Das hat zur Folge, dass die Gleichstellungs- und Diversitätsarbeit der HM nicht als Ganzes und in ihrer Fülle erkennbar wird.

#### Kurzbeschreibung

Es wird ein grafisches Konzept erarbeitet, das für den gesamten Bereich Gleichstellung und Diversität genutzt werden kann. Die bisher bestehenden unterschiedlichen Darstellungsformen werden integriert und zu einem Gesamtkonzept zusammengefügt.

#### Erwartete Effekte

Gleichstellungs- und Diversitätsarbeit an der HM wird leichter erkennbar und sichtbarer.

## 4.3 Kompetenzen

### 4.3.1 Kompetenzen entwickeln



#### M14

Medientraining für Wissenschaftlerinnen anbieten

**Zuständigkeit**  
Kommunikationsreferentin  
für Gender und Diversity  
in HK in Zusammenarbeit  
mit Referentin für Gender  
und Diversity in HE

**Umsetzungszeitraum**  
2024 und 2027

**Ressourcen**

- vorhandene Personalressourcen in HK und HE
- Sachmittel aus Strategiefonds HK (2024: 3.500 Euro, 2027: ca. 4.000 Euro)

#### Hintergrund

Anfragen der Presse können sich auf unterschiedliche Medienformate beziehen. Durch ein Medientraining wird sichergestellt, dass sich Professorinnen und wissenschaftliche Mitarbeiterinnen gut auf Anfragen jeglicher Art vorbereitet fühlen.

#### Kurzbeschreibung

Es wird ein Medientraining für Professorinnen und wissenschaftliche Mitarbeiterinnen angeboten. Das Training findet im geschützten Rahmen mit ausschließlich weiblichen Teilnehmerinnen statt.

#### Erwartete Effekte

Das Medientraining unterstützt Professorinnen und wissenschaftliche Mitarbeiterinnen bei der Kommunikation an externe Zielgruppen. Unsicherheiten werden abgebaut. Wissenschaftlerinnen erklären sich so eher zur Beantwortung von Presseanfragen oder Medienarbeit bereit und werden mit ihren Themen sichtbarer.



## M15

### LinkedIn-Schulung für die Förderung persönlicher Accounts von Wissenschaftlerinnen anbieten

#### Zuständigkeit

Organisation: Kommunikationsreferentin für Gender und Diversity in HK

#### Umsetzungszeitraum

2026

#### Ressourcen

- vorhandene Personalressourcen in HK
- Sachmittel aus Strategiefonds HK (2026: ca. 2.000 Euro)

#### Hintergrund

LinkedIn ist eine Plattform mit großer Reichweite, um über die Aktivitäten als Professorin an einer Hochschule für angewandte Wissenschaften (HaW) zu berichten. Dieser Kommunikationskanal ist insbesondere dann von großer Bedeutung, wenn das eigene Forschungsgebiet selten in den Leitmedien thematisiert wird (weil es z. B. sehr spezialisiert ist).

#### Kurzbeschreibung

Die Schulung ist in einzelne Abschnitte unterteilt, so dass nicht alle Teilnehmerinnen die gesamte Fortbildung besuchen müssen (z. B. Basis- und Aufbaukurs). Die Schulung wird für Wissenschaftlerinnen angeboten und soll vor allem wissenschaftliche Mitarbeiterinnen gut auf die weiteren Karriereschritte vorbereiten.

#### Erwartete Effekte

Professorinnen und wissenschaftliche Mitarbeiterinnen nutzen LinkedIn verstärkt und werden dort mit ihren Themen wahrgenommen.



## M16

### Schulung „Geschlechtersensible Kommunikation“ für HK

#### Zuständigkeit

Organisation: Kommunikationsreferentin für Gender und Diversity in HK

#### Umsetzungszeitraum

2025

#### Ressourcen

- vorhandene Personalressourcen in HK
- Sachmittel aus Strategiefonds HK (2025: ca. 5.000 Euro)

#### Hintergrund

Geschlechtersensible Kommunikation bedeutet, dass Geschlechteraspekte im gesamten Arbeitsprozess der HK sowie ihrer Schnittstellen berücksichtigt wird. Dieser Prozess erfordert eine grundlegende Genderkompetenz sowie spezifisches Wissen über wichtige Prinzipien der geschlechtersensiblen Kommunikation.

#### Kurzbeschreibung

Die gesamte Abteilung der HK wird von externen Expertinnen oder Experten hinsichtlich geschlechtersensibler Kommunikation geschult. Diese Schulung berücksichtigt für eine nachhaltige Wirkung auch die konkrete Umsetzung und Integration in bestehende Prozesse.

#### Erwartete Effekte

Grundlegendes Wissen über geschlechtersensible Kommunikation ist in HK etabliert. Neue Prozesse berücksichtigen Aspekte geschlechtersensibler Kommunikation und bestehende Prozesse werden um diese erweitert bzw. angepasst. Das Wissen hilft, geschlechtersensible Aspekte mitzudenken, auch dann, wenn Einzelfallentscheidungen notwendig sind.

## 4.3 Kompetenzen (Fortsetzung)

### 4.3.1 Kompetenzen entwickeln (Fortsetzung)



#### M17

#### Aspekte geschlechtersensibler Kommunikation in bestehende Schulungen für Chefredakteurinnen und -redakteure integrieren

---

**Zuständigkeit**

Kommunikationsreferentin für Gender und Diversity in HK in Abstimmung mit CI-Support und Web Content Strategie

**Umsetzungszeitraum**

ab 2026

**Ressourcen**

vorhandene Personalressourcen in HK

**Hintergrund**

Die Kommunikation der HM ist dezentral organisiert. Eine umfassende geschlechtersensible Kommunikation erfordert somit auch die Schulung der knapp 50 Chefredakteurinnen und -redakteure in den verschiedenen Abteilungen, Fakultäten und Forschungsinstituten sowie zahlreicher weiterer Redakteurinnen und Redakteure (ca. 200 Personen).

**Kurzbeschreibung**

Aspekte geschlechtersensibler Kommunikation werden in bestehende Schulungen für alle Chefredakteurinnen und -redakteure integriert.

**Erwartete Effekte**

Bilder und Texte auf allen HM-Webseiten und Informationsmaterialien erfüllen die Kriterien geschlechtersensibler Kommunikation.



#### M18

#### Schulungen INSIDE:HK für Wissenschaftlerinnen anbieten

---

**Zuständigkeit**

Kommunikationsreferentin für Gender und Diversity in HK

**Umsetzungszeitraum**

2026

**Ressourcen**

vorhandene Personalressourcen in HK

**Hintergrund**

Wissenschaftlerinnen sind mit ihren Themen weniger sichtbar als ihre männlichen Kollegen. Gründe dafür sind u. a. Unsicherheiten hinsichtlich der Abläufe im Kommunikationsprozess und Unterschiede in den beruflichen Netzwerken. INSIDE:HK sind Fortbildungsangebote von HK zu spezifischen Themen im Kontext der Hochschulkommunikation.

**Kurzbeschreibung**

Im Rahmen von INSIDE:HK werden kurze Schulungen für Wissenschaftlerinnen für die Zusammenarbeit mit HK und weiteren Kommunizierenden der HM angeboten.

**Erwartete Effekte**

Durch dieses Wissen werden Hürden abgebaut, mit HK in Kontakt zu treten und eigene Beiträge aus Lehre, Forschung oder Transfer vorzuschlagen.



#### M19

#### Schreibwerkstätten für Wikipedia-Biografien von HM-Professorinnen anbieten

---

**Zuständigkeit**

offen

**Umsetzungszeitraum**

offen

**Ressourcen**

keine Ressourcen vorhanden

**Hintergrund**

Wikipedia ist ein wichtiges Nachschlagewerk und kann zur Sichtbarkeit von Professorinnen beitragen. Portraits von HAW-Professorinnen existieren bisher kaum auf Wikipedia. Dies gilt auch für HM-Professorinnen.

**Kurzbeschreibung**

Workshops durch externe Agenturen anbieten, in denen erklärt wird, wie Beiträge zu verfassen sind. Die Workshops richten sich an HM-Professorinnen.

**Erwartete Effekte**

HM-Professorinnen und ihre Themen sind auf Wikipedia vertreten und haben damit eine höhere (Web-)Präsenz.

#### 4.3.2 Kompetenzen verfügbar machen



### M20

#### Vorlage für Profilinformatoren auf HM Seite bereitstellen

**Zuständigkeit**

Kommunikationsreferentin für Gender und Diversity in HK

**Umsetzungszeitraum**

ab 2024, regelmäßige Information an Professorinnen

**Ressourcen**

vorhandene Personalressourcen in HK

**Hintergrund**

Die Profilseite auf der HM-Webseite ist der einfachste Weg, um digital gut auffindbar zu sein. Viele Profilseiten von Wissenschaftlerinnen sind allerdings nur spärlich befüllt. Eine Vorlage mit möglichen Kategorien bzw. Überschriften hilft Professorinnen, ihre Expertise und ihre Aktivitäten umfassend sichtbar zu machen.

**Kurzbeschreibung**

Für die einfache und einheitliche Befüllung der Profilseiten wird eine Vorlage erstellt. Die Vorlage wird gut auffindbar im HM-Intranet eingebunden und an neu berufene Professorinnen kommuniziert.

**Erwartete Effekte**

Die Profilseiten von HM-Professorinnen bieten mehr Informationen und sind gut strukturiert.



### M21

#### Checkliste geschlechtersensible Kommunikation erstellen und Leitfäden von HK für interne und externe Kommunizierende und Dienstleistende überarbeiten

**Zuständigkeit**

Kommunikationsreferentin für Gender und Diversity in HK in Abstimmung mit CI-Support und Redaktionsleitung HK

**Umsetzungszeitraum**

2025 – 2026

**Ressourcen**

vorhandene Personalressourcen in HK

**Hintergrund**

Schulungen erreichen nicht alle Redakteurinnen und Redakteure der HM, die Kommunikation der HM ist dezentral organisiert und darüber hinaus sind viele Beschäftigungsverhältnisse befristet. Außerdem wird mit externen Redakteurinnen und Redakteuren, Grafikerinnen und Grafikern sowie Fotografinnen und Fotografen gearbeitet. Daher ist die Weitergabe von Wissen über geschlechtersensible Kommunikation enorm wichtig. Mit Hilfe einer Checkliste für geschlechtersensible Kommunikation und aktualisierten Leitfäden der Hochschulkommunikation kann sichergestellt werden, dass das in Schulungen aufgebaute Wissen langfristig in der HM angewendet wird.

**Kurzbeschreibung**

Die Checkliste soll sowohl von HK als auch von allen anderen Kommunizierenden der HM genutzt werden und leicht zugänglich sein. Die Checkliste soll Aspekte zu Bildern, Texten (Struktur und Sprache), Farben und Formen, Themen und Inhalten sowie zur Repräsentation von Personen beinhalten. Außerdem werden bestehende Leitfäden der Hochschulkommunikation angepasst.

**Erwartete Effekte**

Wissen zu geschlechtersensibler Kommunikation wird konkret im HM Kontext vermittelt und kann so in Arbeitsprozesse integriert werden.

# 5 Ausblick

Die Veränderung der Kommunikation ist ein komplexer und langwieriger Prozess, da gewohnte Praktiken reflektiert und zum Teil modifiziert werden sollen. Wir verstehen geschlechtersensible Kommunikation an der HM daher als kontinuierlichen Entwicklungsprozess. Das vorliegende Konzept beschreibt dafür erstmals grundlegende Maßnahmen. Entscheidend für den langfristigen Erfolg des Konzepts ist, die geplanten Aktivitäten Schritt für Schritt zu verankern, regelmäßig zu reflektieren sowie bei Bedarf weiterzuentwickeln und immer wieder an die Rahmenbedingungen der HM anzupassen.

In den kommenden Jahren geht es darum, die erarbeiteten Maßnahmen in den Alltag der Kommunikation einzubinden und die Akteurinnen sowie Akteure mitzunehmen. Die HM versteht sich hier als eine lernende Organisation, in der geschlechtersensible Kommunikation geübt, weiterentwickelt und zunehmend selbstverständlich wird.

Langfristig fördert dieser Ansatz eine Kultur, in der Gleichstellung, Diversität und deren Sichtbarkeit in der Kommunikation der HM selbstverständlich integriert werden, was die Entwicklung hin zu mehr Gleichstellung positiv voranbringt.



## Abkürzungen

CI-Support	Corporate Identity-Support
GSK 2024	Gleichstellungskonzept für den wissenschafts- stützenden Bereich der HM
HaW	Hochschule für angewandte Wissenschaften
HE	Abteilung Strategische Hochschulentwicklung
HEP 2023	Hochschulentwicklungsplan 2023
HK	Abteilung Hochschulkommunikation
HM	Hochschule München
QED	Abteilung Qualitätsentwicklung und Digitalisierung

Herausgeber  
Prof. Dr. Martin Leitner  
Präsident der  
Hochschule München  
(V. i. S. d. P.)

Redaktion  
Svenja Killius  
Prof. Dr. Elke Wolf  
Christiane Taddigs-Hirsch  
Dr. Heike Schilling  
Christina Kaufmann

Grafik  
Studio Sosa / Design  
Annika Goepfrich

Anschrift  
Hochschule München  
Lothstraße 34  
80335 München  
hm.edu

Dezember 2025