



IFiF-vernetzt

Vorstellung von Teilergebnissen
durch Clara zu Altenschildesche und
Julia Voß im Projekt

WESTFÄLISCHE
ERFINDERINNEN



**Westfälische
Hochschule**

Gelsenkirchen Bocholt Recklinghausen



ifi Institut für
Innovationsforschung
und -management



**Institut für
Journalismus und
Public Relations**



GEFÖRDERT VOM

Bundesministerium
für Bildung
und Forschung

Agenda

1. Ein Überblick zum Projekt Westfälische Erfinderinnen
2. Ausgewählte Erkenntnisse aus den Interviews mit Westfälischen Erfinderinnen
3. Netzwerk- und Sichtbarmachungsmaßnahmen
4. Ausblick

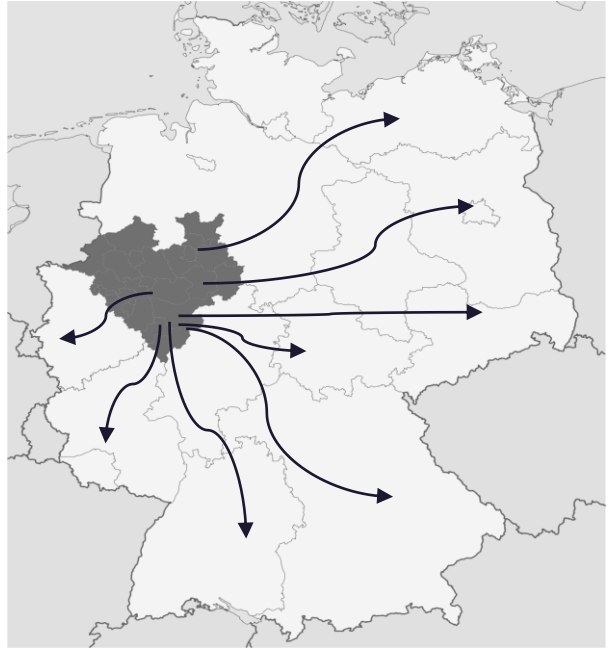
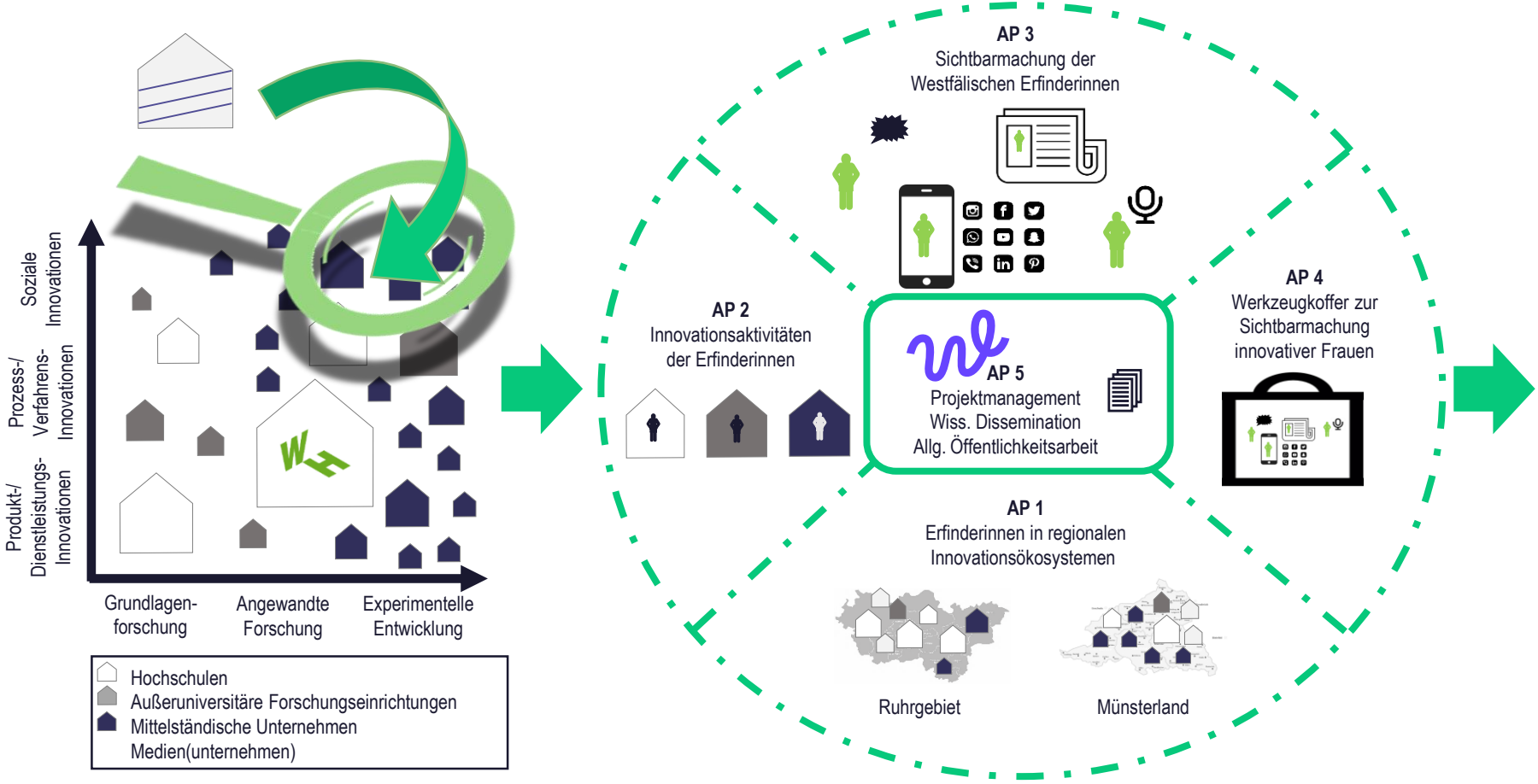


1

Ein Überblick zum Projekt Westfälische Erfinderinnen



Forschungsdesign



Wer sind die „Westfälischen Erfinderinnen“?

- Westfälische Erfinderinnen sind innovative Frauen aus dem Münsterland und dem Ruhrgebiet, in verschiedenen Tätigkeitsfeldern und Positionen (Forscherinnen, Gründerinnen, Expertinnen in der Wirtschaft, Initiatorinnen in sozialen Bereichen...).
- Aus ihrer Arbeit ergeben sich (künftige) Fortschritte in technologischen, unternehmerischen, wissenschaftlichen, gesellschaftlichen oder sozialen Bereichen.
- Dem Projekt WE! liegt ein breiter Innovationsbegriff zugrunde, der Produkt- und Verfahrensinnovationen, sowie auch Dienstleistungs- und soziale Innovationen berücksichtigt.



2

Erkenntnisse aus den Interviews mit Westfälischen Erfinderinnen



Die Forschung zeigt...

- Frauen sind in Bereichen, die als Treiber von Innovationen gelten, unterrepräsentiert
- Zudem sind weibliche Innovatorinnen und ihre Leistungen auch weniger sichtbar (z.B. in der Wissenschaft oder den Medien)
- Sichtbarkeit ist für die Innovatorinnen selbst relevant, um sicherzustellen, dass ihre Leistungen nicht übersehen werden (Buchanan & Settles, 2019; Gorbatov et al., 2018)
- Zudem kann die Sichtbarkeit von Vorbildern einen entscheidenden Einfluss auf die (innovativen) Karriereentscheidungen jüngerer Menschen haben (Abbasiachavari & Moritz, 2021)
- Um die Aktivitäten von Innovatorinnen zu verstärken und besser zu verstehen, wird mehr Forschung zu Machtbeziehungen und sozialen Strukturen, in die Innovatorinnen eingebettet sind, gefordert (Alsos et al., 2013; Brush et al., 2022; TM & Joseph, 2021)



Daher fragen wir...

- Wie nehmen Innovatorinnen ihre (Un-)Sichtbarkeit wahr und welche (Un-)Sichtbarkeitsstrategien nutzen sie?
- Wie beeinflussen der Kontext und (in)formale Institutionen die (Un-)Sichtbarkeit von Innovatorinnen?



Erhebung

- 18 qualitative, teilstrukturierte Interviews mit Innovatorinnen aus dem Ruhrgebiet und Münsterland
- Aus unterschiedlichen Bereichen: Patent-Entwicklerinnen, Professorinnen, Unternehmerinnen (aus MINT oder sozialen/ nachhaltigen Bereichen), Angestellte in der Wirtschaft
- Haben für ihre Leistungen bereits Auszeichnungen oder Förderungen erhalten oder waren für Innovationspreise nominiert

Überblick zu den Erkenntnissen

- Die Innovatorinnen erleben teils komplementäre (Un-)Sichtbarkeitsbedingungen:
 - Gefühl der Unsichtbarkeit
 - Gefühl der Hypervisibilität
 - Gefühl der partiellen Sichtbarkeit
 - Gefühl der glaubwürdigen Sichtbarkeit
- Daraus ergeben sich für die Innovatorinnen widersprüchliche kognitive Reaktionen und unterschiedliche Sichtbarkeitsstrategien
- Ihr eigenes Verhalten zur Erhöhung der Sichtbarkeit (z.B. aktives Engagement) steht in Zusammenhang mit einem selbst-referenzierenden System (bestehend aus Medieneinrichtungen, Organisationen und Institutionen, Netzwerken, dem Kontext in der Sichtbarkeit stattfindet und dem Einfluss von gesellschaftlichen Werten)

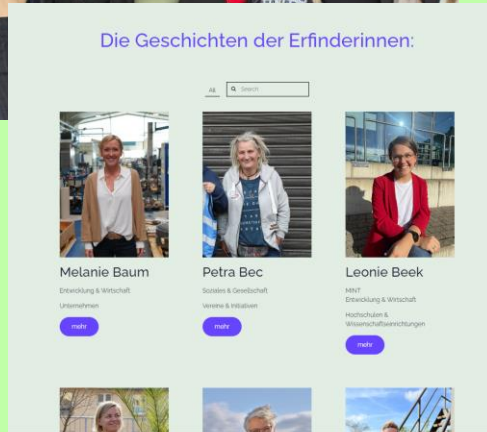


3

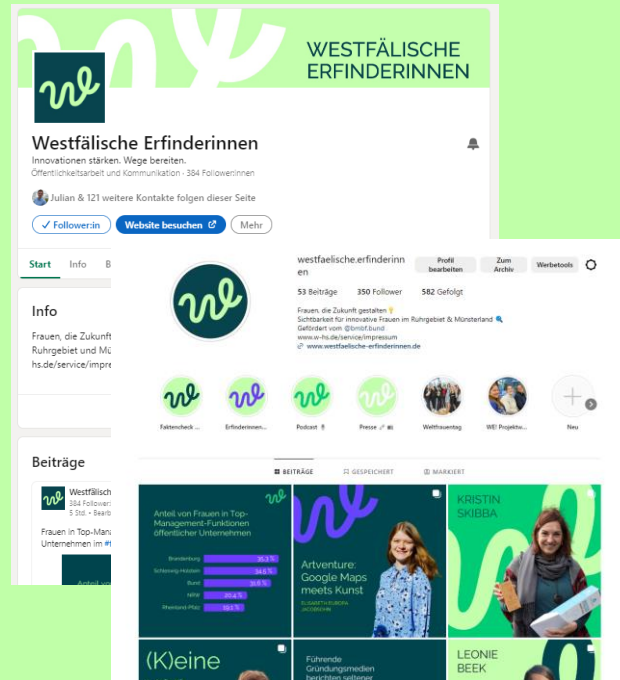
Einblicke in Sichtbarkeits- und Netzwerkmaßnahmen



Bisherige Maßnahmen



Projektwoche & Webseite



Soziale Netzwerke



Podcast



Pressearbeit & wissenschaftliche Tagungen



WESTFÄLISCHE ERFINDERINNEN

bereits über 70 Innovatorinnen aus
dem Münsterland & Ruhrgebiet



Save the Date

Wir laden ein:
zum Auftakt unserer
Netzwerkreihe
WE!nnovate




WE!nnovate
Das Netzwerk für
WESTFÄLISCHE
ERFINDERINNEN

Nachhaltig Netzwerken

26.10.2023 - 18 Uhr

Online-Expertinnen-Talk
mit Frau Dr. Juretzek
Gründerin FUTUREWOMAN

4 Ausblick



Was noch kommt



Fallstudien-
sammlung
veröffentlicht
über Springer



Wissenschaftliche
Präsentationen
auf Konferenzen
und
Publikationen



Regionale
Presse- &
Plakatkampagne



Netzwerk- und
Abschluss-
veranstaltungen

Save the Date

Abschlussveranstaltung

Donnerstag, 16. Mai 2024 in
Gelsenkirchen





DANKE FÜR DIE
AUFMERKSAMKEIT !



**Westfälische
Hochschule**

Gelsenkirchen Bocholt Recklinghausen



ifi

Institut für
Innovationsforschung
und -management



**Institut für
Journalismus und
Public Relations**



GEFÖRDERT VOM

Bundesministerium
für Bildung
und Forschung

Literatur

- Abbasianchavari, A., & Moritz, A. (2021). The impact of role models on entrepreneurial intentions and behavior: A review of the literature. *Management Review Quarterly*, 71(1), 1-40. <https://doi.org/10.1007/s11301-019-00179-0>
- Alsos, G. A., Ljunggren, E., & Hytti, U. (2013). Gender and innovation: State of the art and a research agenda. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 5(3), 236-256. <https://doi.org/10.1108/IJGE-06-2013-0049>
- Brush, C. G., Eddleston, K. A., Edelman, L. F., Manolova, T. S., McAdam, M., & Rossi-Lamastra, C. (2022). Catalyzing change: Innovation in women's entrepreneurship. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 16(2), 243-254. <https://doi.org/10.1002/sej.1435>
- Buchanan, N. T., & Settles, I. H. (2019). Managing (in)visibility and hypervisibility in the workplace. *Journal of Vocational Behavior*, 113, 1-5. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2018.11.001>
- Gorbatov, S., Khapova, S. N., & Lysova, E. I. (2018). Personal Branding: Interdisciplinary Systematic Review and Research Agenda. *Frontiers in Psychology*, 9, 2238. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2018.02238>
- TM, A., & Joseph, R. P. (2021). Gender and firm innovation - A systematic literature review and future research agenda. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 27(2), 301-333. <https://doi.org/10.1108/IJEER-08-2019-0480>

