

## **Neustrukturierung der OVGU- Website**

## **Dokumentation des Workshops zum Querschnittsthema Gleichstellung**

## Inhaltsverzeichnis

1 / Rahmendaten & Ablauf .....	3
2 / Ziele des Workshops .....	3
<b>Zusammenfassung</b> .....	<b>4</b>
<b>Nächste Schritte</b> .....	<b>6</b>

## 1 / Rahmendaten & Ablauf

### Teilnehmende

- Mareike Fingerhut-Säck
- Stefanie Fabian
- Franziska Genge
- Ines Perl
- Ina Götze
- Sandra Kasprzyk

### Geplante Agenda

09.20 - 09.50	Herausforderungen / Probleme / Wünsche
09.50 - 10.20	Definition Gleichstellung
10.20 - 10.50	Unterzielgruppen
10.50 - 11.50	Merkmale
11.50 - 12.30	PAUSE
12.30 - 13.30	Bedürfnisse
13.30 - 14.00	Berührungspunkte
14.00 - 14.15	Verabschiedung & Ausblick

### Ort

Beratungsraum Universitätsbibliothek

### Datum & Uhrzeit

26.08.2024, 9:00 bis 14:30 Uhr

## 2 / Ziele des Workshops

Bei der Neustrukturierung der Website spielen neben konkreten Zielgruppen auch Querschnittsthemen eine wichtige Rolle. Diese sind übergreifend für mehrere Zielgruppen und für das Image der Uni von großer Bedeutung. Um zu verstehen, welche Inhalte dazu für welche Zielgruppen auf der zentralen Website [ovgu.de](http://ovgu.de) zu finden sein müssen, wurde das Querschnittsthema Gleichstellung in einem Workshop betrachtet. Unter Einbeziehung von Teilnehmenden, die das Thema und die Zielgruppen am besten kennen, schärfte dieser co-kreative Workshop das Verständnis für eine zielgruppenorientierte Perspektive. Im Nachgang werden daraus Maßnahmen für die Neustrukturierung abgeleitet, die den Bedürfnissen der Nutzer:innen entsprechen.

## Zusammenfassung

Die gesetzliche Aufgabe des Büros für Gleichstellungsfragen ist es, innerhalb der Universität Gleichstellung von Frauen und Männern zu ermöglichen. Bei der genauen Betrachtung der **Zielgruppen** zeigte sich daher schnell, dass es sich vorwiegend um interne Personenkreise handelt. Tiefgreifende Informationen zum Thema Gleichstellung muss es daher aus Sicht der Teilnehmenden auf der zentralen Website der Uni nicht geben. Diese werden im Personalportal zielgruppengerechter platziert. Dazu wurde sich ein FAQ gewünscht, das neben einer Definition auch die verschiedenen Fördermöglichkeiten aufzeigt.

Für die Außendarstellung wird es auf der zentralen Website einen zusammenfassenden Imagetext geben, der die Werte der Uni in Bezug auf Gleichstellung vermittelt und einen groben Überblick über die Maßnahmen gibt. Dabei muss darauf geachtet werden, dass keine zu hohen Erwartungen erzeugt werden. Insbesondere für Stellensuchende muss ein realistisches Bild gezeichnet werden in Hinblick auf die Familienfreundlichkeit. Als Beispiel wurden die Stellenausschreibungen angeführt, die oft mehr suggerieren als in Anspruch genommen werden kann, bspw. in Hinblick auf mobiles Arbeiten.

Ein **Wunsch an die Website** ist in diesem Zusammenhang auf eine ausgewogene Bildauswahl zu achten. Berücksichtigt wird dabei, dass die Bilder die Werte und Ziele der Uni widerspiegeln und die Frauen als gleichberechtigte und starke Persönlichkeiten zeigen. Dazu wird ein Bildkonzept erarbeitet. Auch eine einheitliche Sprachregelung in Bezug auf gendersensible Sprache ist den Teilnehmenden für die zukünftige Website wichtig sowie eine verständliche Darstellung, welche Ansprechpersonen und Beauftragten es für welche Problemstellungen an der Uni gibt.

Als größte **Herausforderung** wird die differenzierte Darstellung zum Querschnittsthema Diversity gesehen. Während das Büro für Gleichstellung dem gesetzlichen Auftrag nachgeht, eine Chancengleichheit zwischen Frauen und Männern an der Universität herzustellen, hat die Diversitybeauftragte die Themenbereiche darüber hinaus im Blick; wie bspw. das 3. Geschlecht, die kulturelle Vielfalt, Altersunterschiede oder die Inklusion von Menschen mit Behinderung. Diese Unterscheidung ist wichtig, damit die jeweiligen Beauftragten der Bedeutung ihrer Schwerpunkte gerecht werden können. Die verbindende Klammer beider Querschnittsthemen ist die Familienfreundlichkeit an der Uni Magdeburg. Für die Darstellung auf der zentralen Website sowie der ausführlichen Befassung auf dem Personalportal bedarf es einer klaren Positionierung durch das Rektorat, wie Gleichstellung, Diversity und Familienfreundlichkeit definiert werden und auf welche Schwerpunkte sich diese jeweils fokussieren sollen.

Über die zentrale Website hinaus sehen die Teilnehmenden in der internen und gremienübergreifenden Kommunikation sowie der Auffindbarkeit von Beschlüssen und Dienstvereinbarungen eine große Herausforderung. Änderungen und Neuerungen zum

Thema Gleichstellung erreichen nur schwer die Zielgruppen bzw. sind später nur schwer abrufbar. Für den Aufbau des Personalportals sollte das berücksichtigt werden.

Die Teilnehmenden haben zudem darauf hingewiesen, dass die Bezeichnung „Personalportal“ vermuten lässt, dass es sich ausschließlich um ein Infoportal des Personaldezernats handelt. Es sollte geprüft werden, ob der Name geändert oder über eine klare interne Kommunikation falsche Vorstellungen aufgelöst werden können.

## **Zielgruppen**

Folgende Zielgruppen wurden für das Querschnittsthema Gleichstellung definiert:

- Studierende mit Kind
- Mitarbeitende mit Kind
- Studierende allg. (die Infos zu Angeboten und Ansprechpersonen suchen)
- Mitarbeitende allg. (die Infos zu Angeboten und Ansprechpersonen suchen)
- Wissenschaftlerinnen (= größte Zielgruppe)
- Diskriminierte Personen (die bspw. Machtmissbrauch in einem Abhängigkeitsverhältnis oder sexuelle Belästigung / Diskriminierung erfahren haben)
- Stellensuchende
- Dezentrale Gleichstellungsbeauftragte
- Andere Hochschulen + Forschungseinrichtungen (die die OVGU als Vorbild sehen)
- Wissenschaftliches Personal (das Zahlen, Daten, Fakten für Anträge braucht)

Für die zentrale Website sind die Studierenden sowie Stellensuchenden zu berücksichtigen. Diese wurden hinsichtlich ihrer Informationsbedürfnisse in vorhergehenden Workshops bereits genauer betrachtet. Für Studierende (mit und ohne Kind) ist insbesondere ein Überblick über die Angebote und Ansprechpersonen wichtig. Für Stellensuchende ist es wichtig aufzuzeigen, welche Werte die Uni vertritt und welche besonderen Angebote und Maßnahme dafür ergriffen werden. Das kann über Storytellingformate und übersichtliche Auflistungen erreicht werden.

## Nächste Schritte

Die Dokumentationen aller Workshops werden für die nächsten Schritte zur Neustrukturierung der Website kontinuierlich herangezogen, um eine zielgruppengerechte Struktur sowie zielgruppengerechte Inhalte zu garantieren.

Im nächsten Schritt werden die Ergebnisse aller Zielgruppen-Workshops zu einem Gesamtkonzept zusammengefügt und als Grundlage für die Erstellung eines Strukturkonzepts genutzt.

Offene Fragen und Problemstellungen werden am Ende aller Workshops zusammengetragen und priorisiert bearbeitet.