

Sichtbarkeit schaffen für **FLINTA*** in MINT bei jungen Zielgruppen

Methoden & Praxis aus einem
Innovationsprojekt



Gefördert durch:



EIN PROJEKT VON:



KOOPERATIONSPARTNER:IN VON:



Vorstellung



Yvonne Mrukwa

**Kommunikation | Energie, Gender & Klima
WECF**

Yvonne.mrukwa@wecf.org



Sofia Chterban

**Werkstudentin | Energie, Gender & Klima
WECF**

Sofia.chterban@wecf.org

Agenda

1 Über WECF e.V. (2min)

**2 Projektvorstellung
Innovation! Frauen. Energie.
(3min)**

**3 Vorstellung der Plattform
"Energie Revolte" (3min)**

**4 Zielgruppenansprache
(2min)**

**5 Best-Practice-Methoden
(10min)**

6 Fragerunde

**7 Austausch und gemeinsame
Reflexion**

Vernetzung

auf der Community Plattform



Mein/Unser Profil



Avatar ändern

Yvonne Mrukwa

Kontakt

✉ yvonne.mrukwa@wecf...

✉ ife@wecf.org



Hi, ich bin Yvonne Mrukwa

Profil bearbeiten

Ich bin Teil von **Energie-Revolte** – einer Plattform für junge Mädchen und genderqueere Kids, die die **Energiewende gerechter, kreativer und vielfältiger** gestalten wollen.

Mich begeistert die Verbindung von **Gender, Energie und sozialer Gerechtigkeit**. Ich setze mich dafür ein, dass **FLINTA*** in der Energie- und Klimawelt sichtbarer werden und ihre Ideen gehört werden.

👉 **Kontaktiert mich, wenn ihr Lust habt, euch zu vernetzen, über feministische Perspektiven in der Energie zu sprechen!**

Ich biete

Unterstützung im Bereich Mädchen und Frauen in MINT

Unterstützung im Bereich Zielgruppenansprache / Teilnehmenden-Akquise

Unser Projekt/Netzwerk



Über das Projekt

Energie Revolte

Das Projekt **Innovation! Frauen. Energie. (IFE)** setzt sich dafür ein, die Sichtbarkeit und Teilhabe von **FLINTA*** mit Fokus auf Frauen im Energiesektor zu stärken und hat dafür die Plattform "Energie Revolte" ins Leben gerufen.

Format

Online-Format Netzwerk- und aufbau Produkte / Apps Mobile MINT-Angebote Event

Unsere Organisation



Women Engage for a Common Future e.V.

Netzwerk, gemeinnützige Organisation, Verein, Sonstiges Netzwerk

Bearbeiten

Info Team Projekte

Über uns

Women Engage for a Common Future (WECF) Deutschland ist eine ökofeministische zivilgesellschaftliche gemeinnützige Organisation. Zusammen mit intersektionalen Feminist*innen aus der ganzen Welt **setzen wir uns für systemischen, umwelt- und klimagerechten Wandel ein**: für eine Welt frei von Patriarchat, Rassismus, Diskriminierung, kolonialen und antidemokratischen Strukturen und Ausbeutung. Immer im Mittelpunkt stehen für uns **Demokratie, Menschenrechte und ein gesunder Planet**. Dabei setzen wir den Fokus klar auf eine sozial-, gender-, klima- und umweltgerechte Umsetzung.

Schwerpunkte

Diversität Nachhaltigkeit Bildung für nachhaltige Entwicklung Inklusion Mädchen und Frauen in MINT

Über WECF

ENERGIE
Revolte



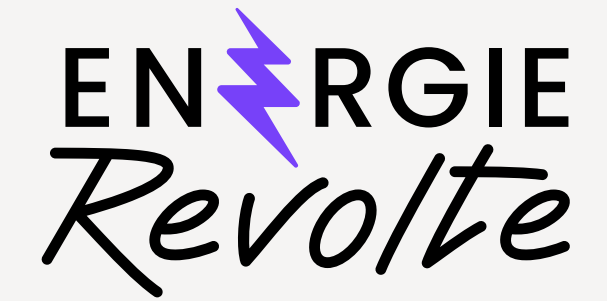
Die Zahlen

WECF ist ein Netzwerk aus über 250 ökofeministischen Organisationen, die weltweit in über 70 Ländern aktiv sind.

Unsere Mission

Unsere Mission ist es, ein Katalysator für Veränderungen zu sein, um die Prioritäten und die Führung von Feministinnen und Frauen in all ihrer Diversität in Politik und Handeln einzubringen, die eine gerechte und nachhaltige Welt gestalten; unsere „gemeinsame Zukunft“.

Übersicht zum Projekt Innovation!Frauen.Energie.



- Das Projekt IFE zielt darauf ab, die Sichtbarkeit innovativer Frauen im Energiesektor zu stärken und ihre Rolle in der Energiewende hervorzuheben.
- Mit energie-revolte.org wurde ein **interaktives, digitales Observatorium** geschaffen, das die historische Bedeutung von Pionier:innen als auch die Rolle aktiver Frauen im aktuellen und zukünftigen Kontext sichtbar macht.
- Das Projekt strebt eine sozialgerechte Energiewende an, die durch **Gendergerechtigkeit, Diversität** und **Intersektionalität** geprägt ist.

Über innovative FLINTA*

Digitale Wall of Fame
for FLINTA* in Energy

Mit innovativen FLINTA*

Förderung des Dialogs
mit aktuellen weiblichen
Führungskräften und
Expert:innen

Für innovative FLINTA*

Vernetzung und
Unterstützung der
nächsten Generation

Warum brauchen wir eine <Energie Revolte>?

Repräsentation von FLINTA* in der Energiewende

- **Fehlende Diversität im MINT-Bereich.** Nur 22% der MINT-Absolventinnen 2021 in Deutschland waren Frauen. Nur 8,8% der neuen Ausbildungen im MINT-Bereich wurden von Frauen abgeschlossen (DeStatis, 2025).
- **FLINTA* agieren als Schlüsselakteur:innen in der sozial-ökologischen Transformation.** Sie bringen diverse Erfahrungen und strukturelle Perspektiven in eine bislang technikdominierte Energiewende ein.
- **Geschlechtergerechte Energieprojekte wirken besser.** In Indien stieg z.B. der Verkauf netzunabhängiger Energielösungen um 30 %, sobald Frauen in Planung und Vertrieb beteiligt waren (UNDP, 2016).

Warum diverse Perspektiven entscheidend sind:



Ein Observatorium

zur Sichtbarkeit von FLINTA*

ENERGIE
Revolte

- **Wall of Fame for FLINTA* in Energy:**

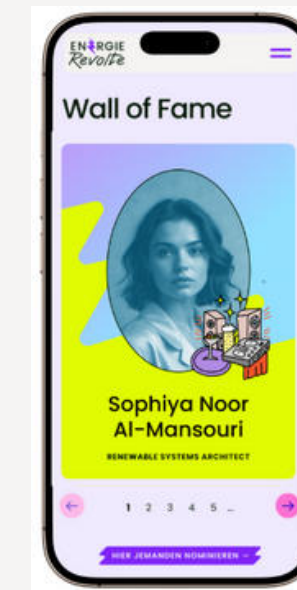
Ein interaktives Verzeichnis historischer Pionier:innen und Interviews mit aktuellen Innovator:innen, die Einblicke in Werdegeänge, Herausforderungen und Praktiken von FLINTA* in Energiepolitik, Forschung, Industrie und Praxis bieten

- **Tools für Bildung und Empowerment:**

Studien, Daten und Fakten zur geschlechtergerechten Energiewende und MINT-Bildung zugänglich als Ressourcenpool aufbereitet

- **Vernetzungsmöglichkeiten:**

Workshops, Netzwerkveranstaltungen und kampagnenbegleitete Kommunikation (Social Media, Presse), um Austausch, Sichtbarkeit und Teilhabe zu fördern



JETZT ENTDECKEN

[ENERGIE-REVOLTE.ORG](https://energie-revolte.org)

Entwicklung Zielgruppenansprache

im Projekt Innovation! Frauen. Energie

ENERGIE
Revolte

- **Zielgruppenworkshop Plattformentwicklung – Februar 2025**

- **Ziel: Wie können wir FLINTA*-Persönlichkeiten sichtbar machen, junge Narrative stärken und in die Entwicklung von Design, Inhalten sowie Funktionalitäten aktiv miteinbinden?**
- In einem ersten Co-Design Workshop entwickelten wir Ideen für eine digitale Plattform zur Energiewende.
- Teilnehmende waren junge Menschen zwischen 14 und 22 Jahren, Dr. Eva-Maria Grommes, das Projektteam und eine Agentur.

- **Workshop Formatentwicklung Video & Tiktok – Juni 2025**

- **Ziel: Wie können wir ressourcenschonende Formate und Inhalte für Long form und TikTok-Videos zu entwickeln, die junge Zielgruppen inspirieren?**
- In einem Formatentwicklungsworkshop wurden erste Ideen für ein Guidebook und Skripte für Videoproduktionen unter dem Titel „Energie Revolte“ erarbeitet.
- Teilnehmende: Projektteam, Freelancer und Produktions-Agentur



Best-Practice- Methoden

- Zielgruppenverständnis & Persona-Entwicklung
- Partizipative Designmethoden (Wireframing, Dot-Democracy)
- Testen von Bildwelten & Narrativen (Was wirkt nahbar? Was inspiriert?)
- Gemeinsame Formatentwicklung mit Produzierenden

Zielgruppenverständnis & Persona-Entwicklung:

Was sind Zielgruppenpersona?

fiktive, detaillierte Profile von idealtypischen Vertretern einer Zielgruppe, die dazu dienen, diese greifbarer zu machen und ihre Bedürfnisse, Wünsche, Ziele und Verhaltensweisen besser zu verstehen

Warum werden Persona erstellt und wie werden sie eingesetzt?

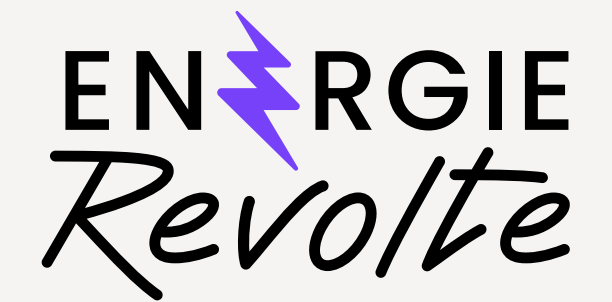
Verständnis
und Empathie

Involvement von
Nutzenden in
allen
Projektphasen

gezielte
Kommunikation

Hilfe bei Design-
entscheidungen

Zielgruppenverständnis & Persona-Entwicklung:



LEYLA DEMIR

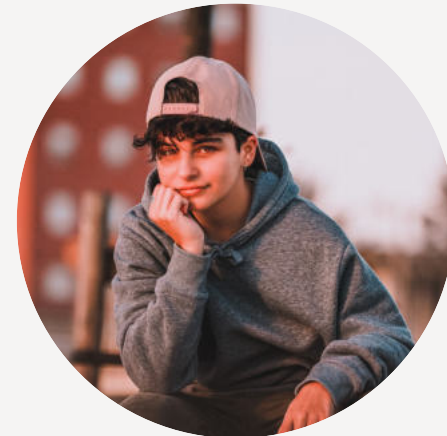
Alter: 15 Jahre alt

Gender: weiblich, she/her

Wohnort: Saarlouis

Sprachen: Deutsch, Türkisch, Englisch

Repräsentierte Gruppe: Schülerin, Gen-Z-Teenagerin,



NOAH PAULUS

Alter: 16 Jahre alt

Gender: männlich, he/him

Wohnort: Mecklenburg-Vorpommern

Sprachen: Deutsch

Repräsentierte Gruppe: Schüler, GEN-Z Teenager



ALEXANDRA WITTIG

Alter: 32 Jahre alt

Gender: weiblich, she/her

Wohnort: Kreuth, Oberbayern

Sprachen: Deutsch, Englisch

Repräsentierte Gruppe: Erwerbstätige, Akademikerin, Feministin

Hobbies, Interessen: Schwimmen, Tierschutz,, Zeit mit der Familie

Persönliche Herausforderungen: Leyla hat sehr viel Spaß am Schulalltag und hat mit der Zeit gemerkt, dass ihr naturwissenschaftliche Fächer leicht fallen. Sie hätte Interesse daran, nach der Schule einen Ausbildungsberuf in dem Bereich anzustreben und überlegt, nach dem Realschulabschluss in einen technischen/naturwissenschaftlichen Zweig auf die FOS zu wechseln. Ihre Eltern würden sich wünschen, dass sie den Familienbetrieb irgendwann übernimmt. Dadurch, dass niemand in ihrer Familie den höheren Bildungsweg eingeschlagen hat, hat sie hier keine Erfahrung zu Weiterbildungsmöglichkeiten (Ausbildung oder weiterführend?)

Medium: Netflix, Youtube, TikTok

Kommuniziert vor allem über: WhatsApp, SnapChat

Ikone/Vorbild:

Soziale Schicht: Sozialökologisches Milieu: Selbstverwirklichung und Gerechtigkeit als Core-Values, reflektiert und engagiert

Hobbies, Interessen: Freunde treffen, Kickboxen,

(Persönliche Herausforderungen): Noah besucht die 10. Klasse eines Gymnasiums und hat den naturwissenschaftlichen gewählt. Hier besteht bereits eine klare Tendenz der Überrepräsentation von Jungen in den Kursen, in welchem er sich wohlfühlt. Von seinem großen Bruder bekommt er hin und wieder einen Einblick in das Narrativ von Male-Influencern und findet diese ansprechend. Die traditionelle Rollenverteilung im Elternhaus unterstützt diese Wahrnehmung, da er durch den bisherigen Einfluss kaum Berührungspunkte mit FLINTA* oder gendersensiblen Themen hatte.

Medium: TikTok, YouTube, Instagram

Kommuniziert vor allem über: WhatsApp, Telegram, Instagram

Ikone/Vorbild: Sein großer Bruder

Soziale Schicht: Tendenz zu hedonistischem Teenager, Freizeit - & Erlebnisorientiert, tendenziell schulmüde, eignet sich Wissen aber schnell an, Faktoren des adaptiv-pragmatischen Milieus: Anpassungsfähig, starkes Bedürfnis nach Verankerung und Zugehörigkeit, Verunsicherung durch gesellschaftliche Entwicklung

Hobbies, Interessen: Wandern, Yoga, Politikshows

Persönliche Herausforderungen: Alexandra ist leidenschaftliche Lehrerin, die ihr oft mühsames Referendariat gerade abgeschlossen hat. Sie unterrichtet Unterstufen - und Mittelstufenklassen eines Gymnasiums in Oberbayern und möchte die MINT-Fächer aufbereiten und das Interesse, vor allem für junge Mädchen wecken, indem sie auf eine gendersensible Gestaltung des Unterrichts achtet. Durch die noch fehlende Erfahrung und ein traditionelles Rollenbild in den bayrischen Dörfern und somit auch im Lehrerzimmer, stößt sie hier oftmals auf Barrieren

Kommuniziert vor allem über: Whatsapp, Signal

Medium: Mediatheken des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, Wissenschaftsjournale

Ikone/Vorbild: Ihre Professorin während des Lehramtstudiums

Soziale Schicht: neoökologisch/postmateriell: Problembewusstsein für planetare Herausforderungen, Offen für neue Wertesynthesen, Selbstbestimmung-&Entfaltung sowie Gemeinwohlorientierung

Partizipative Designmethoden aus dem Workshop mit Eva-Maria Grommes

Ziel:

Junge FLINTA* für Energie- und MINT-Themen mit einer neuen Plattform begeistern – durch co-kreative Zielgruppenarbeit, die Sprache, Design und Inhalte der GenZ aufgreift.

Ziele für das Projektteam:

- Verständnis für Kommunikationsbedürfnisse von FLINTA* im Energiesektor und jungen Mädchen & genderqueeren Kids
- Visuelle Elemente identifizieren, die Aufmerksamkeit und Interesse erzeugen (z. B. Zitate, Daten, Illustrationen)
- Aufbau einer „Wall of Fame for Women in Energy“
 - Wahrnehmung aktueller visueller Darstellungen von FLINTA*-Personen reflektieren

Vorgehen & Methoden:

- Wireframing
- Dot Democracy



Testen von Bildwelten & Narrativen

Dot Democracy

Ziele:

- Bildsprache mit den Teilnehmenden abklopfen
- Klare visuelle Vorstellung vom Stil der Plattform

Methode:

- Setzt euren Punkt auf einer Leiste da, wo es für euch beim Look & Feel stimmt
- Einige Dimensionen können mit einer Achse präsentiert werden
- Zusätzlich werden die verschiedenen Dimensionen visuell vorbereitet

Verspielt

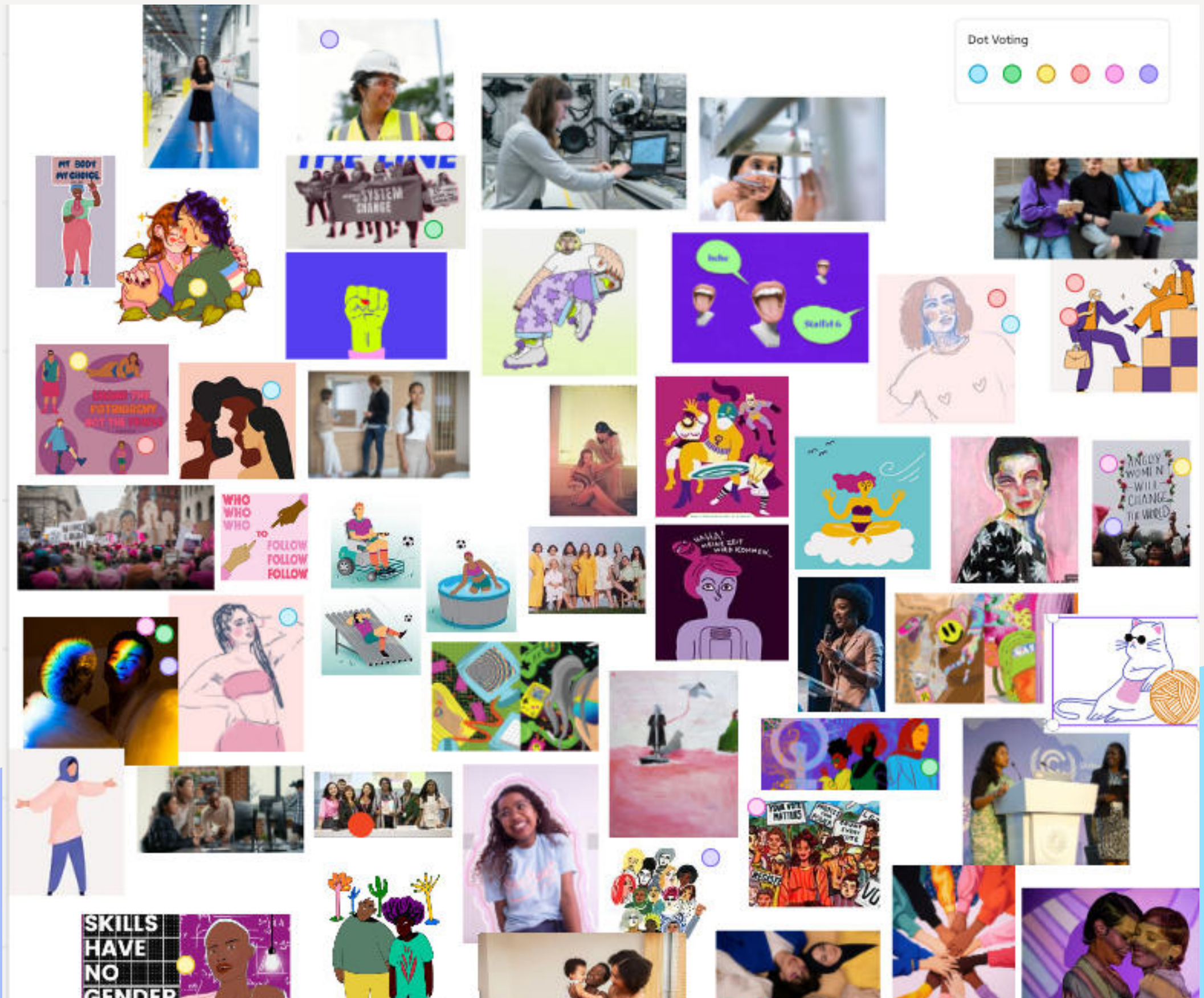


Ernst

Testen von Bildwelten & Narrativen

4 Wie machen wir dich am Besten sichtbar?

1. Schau dir die Bilder von Mädchen und FLINTA* (Frauen, Lesben, Intergeschlechtliche, Nichtbinäre, Trans, Agender,*) an.
2. Vote mit den Dots, welche Repräsentation dir gut gefällt.
3. Überleg dir auch, was dir nicht gefällt und was du ändern würdest.
4. Ergänze Repräsentationen, die dir fehlen.



Einsichten

basierend auf Zielgruppenworkshop: Erstellung der Wireframes mit Design-Agentur

- Präferenz spielerisches Design
- Handgezeichnete Elemente, Sticker, lockere Schriftarten und eine Mischung aus Illustrationen und Fotos kamen gut an („gezeichnete Sachen/Illustrationen gefallen mir gut“).
- Emojis wurden als sympathisches Gestaltungselement positiv hervorgehoben („ich mag Emojis“).
- Fehlende Repräsentation von
 - Personen mit Behinderungen
 - Bilder von FLINTA in dem Arbeitsfeld/"bei der Arbeit"
 - Bilder von nicht-binären / Transpersonen
 - unterschiedliche "Schönheitsideale"



Gemeinsame Gestaltung Wireframe Co-Design

Ziele:

- Eigenes Webseitenkonzept gestalten
Mitgestalten aktiv fördern
Herausfinden..
 - was Teilnehmende als erstes sehen wollen
 - was für die Teilnehmenden zentral ist
- Klare visuelle Vorstellung von der Struktur der Plattform

Methode:

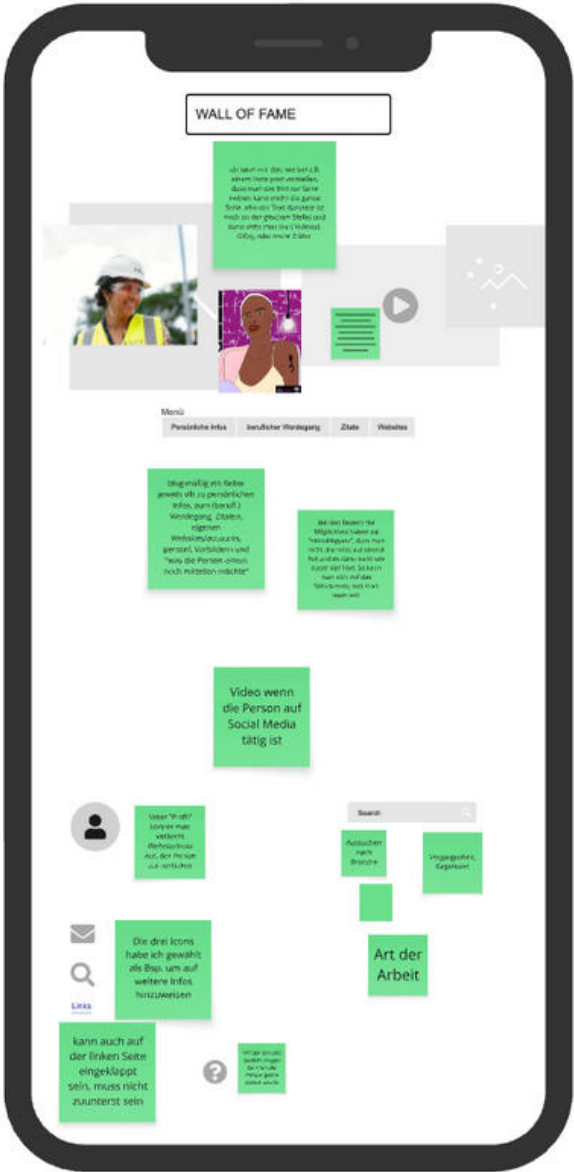
- Mit simplifizierten Elementen in Gruppen die Webseite selber aufbauen lassen
- Auf Miro werden Elemente vorbereitet (z.B. Headline, Subline, Video, Bild, Quote etc.), die die Teilnehmenden anordnen können

Gemeinsame Gestaltung

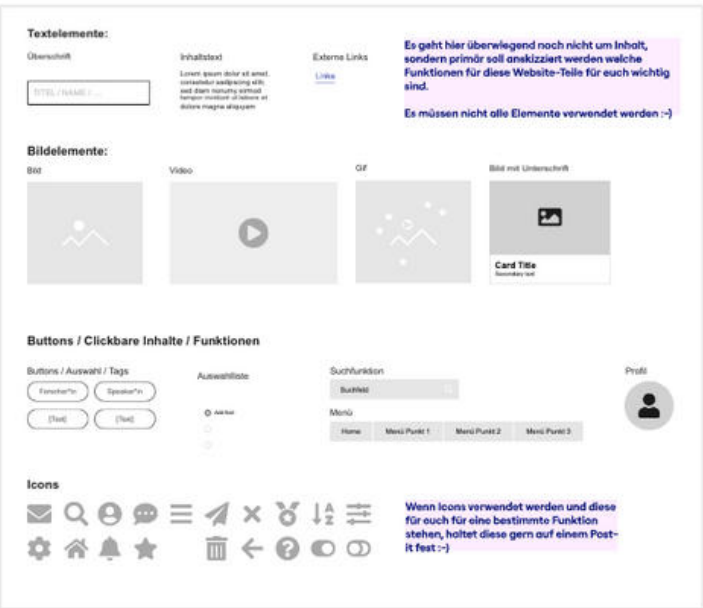
Nutzt nun die Elemente neben dem Bildschirmfeld um eure Ideen visuell umzusetzen. Ihr werdet etwas Anleitung bekommen und im Anschluss der anderen Gruppe euer Design präsentieren

15 Min

Wall of Fame



Wireframe Elemente Auswahl



Ressourcen



Einsichten

basierend auf Zielgruppenworkshop: Erstellung der Wireframes mit Design-Agentur

- **Auswahl visueller & technischer Empfehlungen**

- **Karten- oder Kachel-Layout** für die Profilansicht
- → Nutzer:innen können verschiedene Personen auf einen Blick sehen.
- **Dynamische Navigation & "Mobile First"** (z. B. Swipen oder horizontal scrollen) → Erhöht Interaktivität.
- **Hintergrund oder Farbschema anpassen**, je nach Person → Macht die Seite individueller.
- **Hover-Effekte & interaktive Icons** für weiterführende Inhalte → Ermutigt zur tieferen Erkundung.



Workshop mit Eva-Maria Grommes – Ergebnisse

Klar definierte Zielgruppen mit Einblick in deren Bedürfnisse, Herausforderungen und Wünsche für die Corporate Identity, Plattform, Tiktok und Netzwerkformate

Kommunikationsstrategien: Erste Ansätze für Formate und Gen-Z-Tonalität

Designideen/CI: visuelle Präferenzen und gendersensible Ansprache

Gen-Z gerechter Plattformname

Content-Prototypen: Storyboards für inspirierende, unterhaltsame, informative Inhalte

Identifikation der Anforderungen an die Plattform

Entwicklung von Netzwerk-Ideen: Austausch junger & erfahrener FLINTA* fördern

Gemeinsame Formatentwicklung mit Content Creatorin und Agentur

Arbeitstitel		Pionier*innen	
Special Effect mit CapCut? Wikipedia und Credits Maria Telkes 1900-1995			
Hook	Inhalt	Pointe	Call to Action
Bild Bild von irgend einem Duden (Kuhner etc.)	Bild Portrait Maria Telkes	Bild	Bild
Text Paris Paloma "Labour"	Text Lied fortlaufend	Text	Text
Grafik Text: Frauen haben an der Uni nichts zu suchen	Grafik Text: Watch me -> dann Kurzes Lebenslauf (2-3 Cuts mit Bildern)	Grafik Text: Über die dann der Duden yeah, niemand	Grafik Text: She was a badass. Du kannst das auch sein. Like, folge, kommentiere! Für mehr Badasses in der Wissenschaft

Co-Creation on Miro

geschrieben durch: Isabelle Schwab, Mo Jäger

TikTok-Formate:

TikTok: Innovator*innen

Idee: Es werden FLINTA* im Arbeitsalltag vorgestellt, die bereits erfolgreich in der Energiebranche arbeiten. So zeigen wir die Berufswelt ganz nah und etablieren neue Vorbilder.

Dreh: Unterwegs auf der Arbeit mit der FLINTA, 9:16 mit iPhone oder Kamera die da ist.

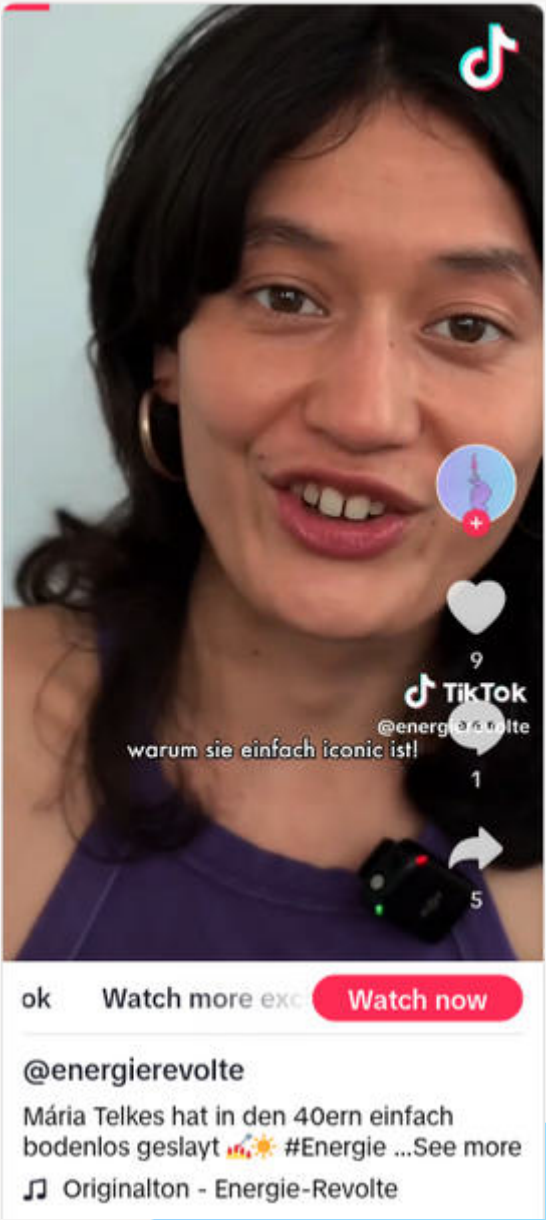
Bildebene:

Inhalt: Im „Day in the Life (Berufsname)“-Format begleiten wir FLINTA* durch Momente aus dem Arbeitstag. Gefilmt werden typische Tätigkeiten, kurze Ausschnitte im Hochformat aus dem Interview und Alltagsszenen, die einen direkten Einblick in ihren Beruf geben.

Umsetzung: Begleitend zum Kameradreh wird zusätzlich mit dem iPhone B-Roll-Content für dieses Format aufgenommen. Das Material wird anschließend mit einem trending Sound oder einem humorvollen Voice-over unterlegt, gerne so kurz wie möglich, harte Cuts erlaubt.

Die Gesellschaft für eine gute Zukunft DG 2021

Entwicklung von Formaten



Empfehlungen für andere MINT-Projekte:

- Zielgruppen aktiv in Konzeptentwicklung einbinden statt nur zu befragen
- Social Media als Resonanzraum, um Narrative neu zu denken
- Vorbilder sichtbar machen - durch relatable Storytelling statt klassische Erfolgsgeschichten
- Design & Sprache gemeinsam testen - Gen-Z bevorzugt Authentizität über Perfektion

**Was sind eure
Herausforderung
en in der
Ansprache junger
Zielgruppen für
FLINTA* in MINT?**





Was sind eure Herausforderungen in der Ansprache junger Zielgruppen für FLINTA* in MINT?

Akquise

Tatsächliche Interessen treffen

Ansprache Jugendlicher FLINTA*
außerhalb Schule

Erreichen der Zielgruppe/Medium &
Sichtbarkeit

Authentizität

Kontakt zu Schulen schwierig

Man erreicht oft nur die die schon
interessiert sind

Wie erreichen wir die Zielgruppe?



Was sind eure Herausforderungen in der Ansprache junger Zielgruppen für FLINTA* in MINT?

Wording im Marketing

Ersten Kontakt zur Zielgruppe aufbauen

Eine "ältere" Altersgruppe ab ca 14 Jahren zu erreichen. Grundschulalter z.B. lässt sich gut erreichen

Safe Space schaffen, in dem sich alle wohlfühlen

Unsicherheit überzuwinden

Schule usw. sind natürlich oft wichtiger/dringender

Zuverlässigkeit, sehr viele kurzfristige Absagen



**Welche
Ressourcen habt
ihr erarbeitet/
waren hilfreich?**



—

Welche Ressourcen habt ihr erarbeitet/ waren hilfreich?

Eine eigene Website

Persönliche Kontakte

MINT-Workshops im Unterricht für alle, um sichtbar & greifbar zu sein - hilfreich, um spezifische Angebot in/außerhalb Schule zu etablieren

Monitoring von social media trends, um Ansprache anzupassen

Mit dem "Bauchladen" direkt an Schulen gehen und mit den Kids in der Pause reden

Website Awarenesssteam

TikTok

Per whatsapp etc kommunizieren (emails werden nicht gelesen und termine gehen vergessen)



Welche Ressourcen habt ihr erarbeitet/ waren hilfreich?

Monitoring von social media trends, um
Ansprache anzupassen

Per whatsapp etc kommunizieren
(emails werden nicht gelesen und
termine gehen vergessen)

Kooperationen z.B. mit
Jugendfreizeiteinrichtungen für junge
FLINTA eingehen

Kooperationen mit Jugendtreffs,
Vereinen, Museen etc.

Kooperationen mit Verein, der
Angebote für FLINTA* macht



Gemeinsame Reflexion

—

Dot Democracy

Ich habe neue Impulse erhalten, um junge Menschen durch sichtbare Vorbilder in MINT zu erreichen.

3.9

Ich finde, junge Menschen sollten aktiv mitgestalten, wie FLINTA*-Vorbilder in MINT sichtbar werden.

4.7

Ich bin motiviert, gemeinsam mit anderen an Formaten zu arbeiten, die FLINTA*-Vorbilder für junge Zielgruppen sichtbarer machen.

4.2

Strongly disagree

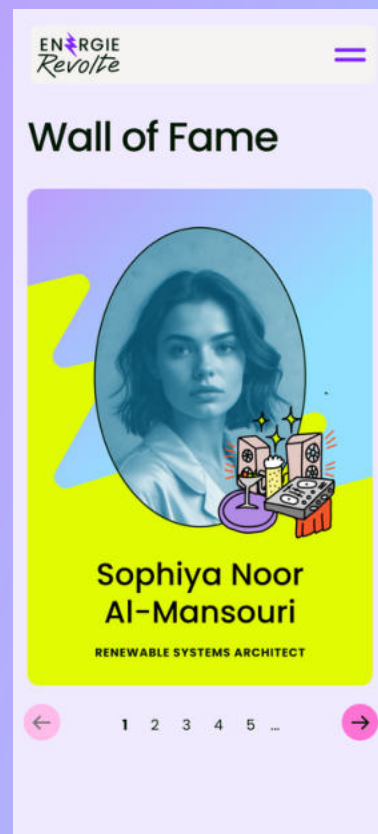
Strongly agree



10



Vielen Dank, bleibt in Kontakt!



**NOMINIERT
WEN FÜR DIE
WALL OF
FAME!**



LinkedIn
@WECF Deutschland

Instagram
@wecf.germany