

# Auswirkungen neutraler Textsprache in Stellenausschreibungen auf das Bewerberpotenzial

## Juniorprofessur für BWL, insbesondere Unternehmensführung

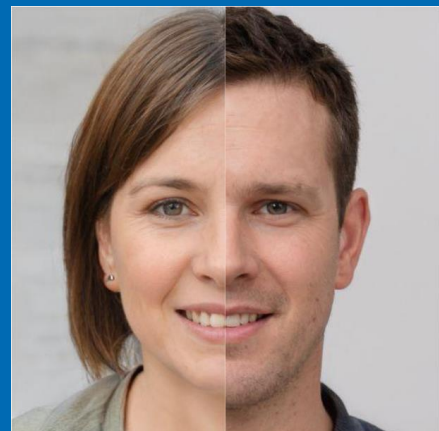
Ein Informations- und Kommunikationsdienstleister vermeidet genderstereotypische Sprache in seinen Stellenausschreibungen und verbessert dadurch die Qualität seines Bewerberpools.

### Situation und Herausforderungen

Die bisherigen Stellenausschreibungen eines Informations- und Kommunikationsdienstleisters wurden bisher nur minimal angepasst, wie z. B. das Aufgabenprofil der zu besetzenden Stelle. Die übrigen Passagen, wie die geforderten Persönlichkeitseigenschaften, blieben dabei stets unverändert und bedienten ein maskulines Genderstereotyp. Zu beobachten war eine stetig abnehmende Zahl von Bewerbungen insgesamt und eine abnehmende Zahl von Bewerbungen durch Frauen, welches das Ziel einer höheren Diversität innerhalb der Belegschaft gefährdete.

### Lösung

Eine Analyse der Textsprache in anderen Stellenausschreibungen wurde durchgeführt und mit Forschungsergebnissen zur genderstereotypischen Sprache in Stellenausschreibungen verglichen. Ein experimentelles Design mit den ursprünglichen genderstereotypischen Stellenausschreibungen und den überarbeiteten genderneutralen Stellenausschreibungen zeigte auf, dass insbesondere genderneutrale Stellenausschreibungen dazu geeignet sind, die Qualität des Bewerberpools zu erhöhen und dabei zugleich AGG-konform sind.



feminin – neutral - maskulin

### Ergebnis

Das Unternehmen hat die empfohlenen Änderungen der Stellenausschreibungen umgesetzt und konnte dadurch die Qualität des Bewerberpools erhöhen.

Kontaktieren Sie uns, um Potenziale für Ihr Unternehmen zu diskutieren:

**Jun.-Prof. Dr. Marius Wehner**

[Marius.Wehner@hhu.de](mailto:Marius.Wehner@hhu.de)

+49 211 81-10248