



# HR & Leadership: Gendergerechte Stellenanzeigen

# Zusammenfassung: Mit LUB Stellenanzeigen optimieren & diverse Zielgruppen ansprechen.

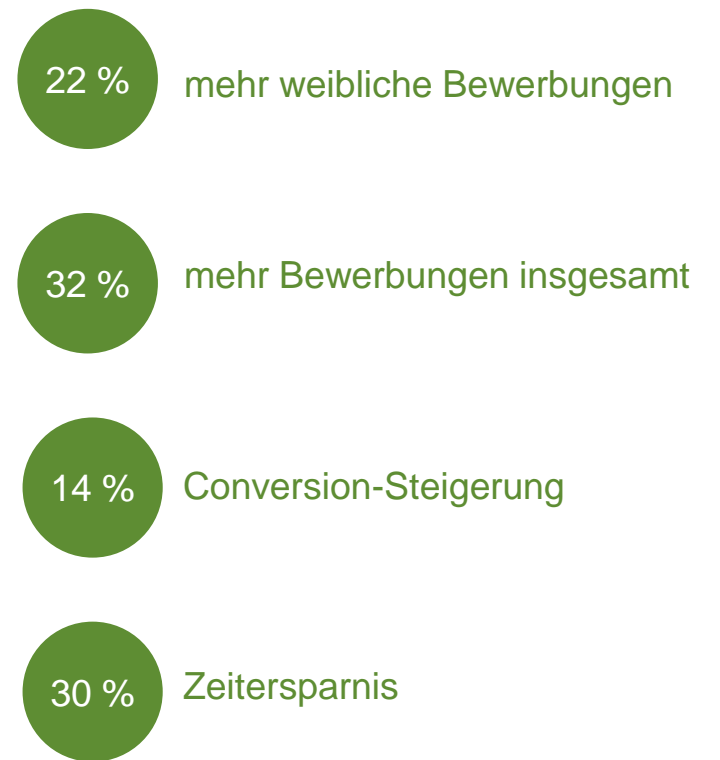
## Situation

- Unternehmen fällt es schwer, ausreichend Kandidat:innen mit diversem Hintergrund zu rekrutieren, um interne Ziele zu erreichen und Innovationsvorteile zu nutzen.
- Psycholinguistik weist nach, dass Frauen durch andere Wörter angesprochen werden, als in der üblichen (männlich-dominierten) Recruiting-Sprache genutzt werden.
- Recruiter:innen sind sich ihrer männlich-dominierten Sprache nicht bewusst und scheitern daran, Problempunkte ihrer Stellenanzeigen klar zu identifizieren.

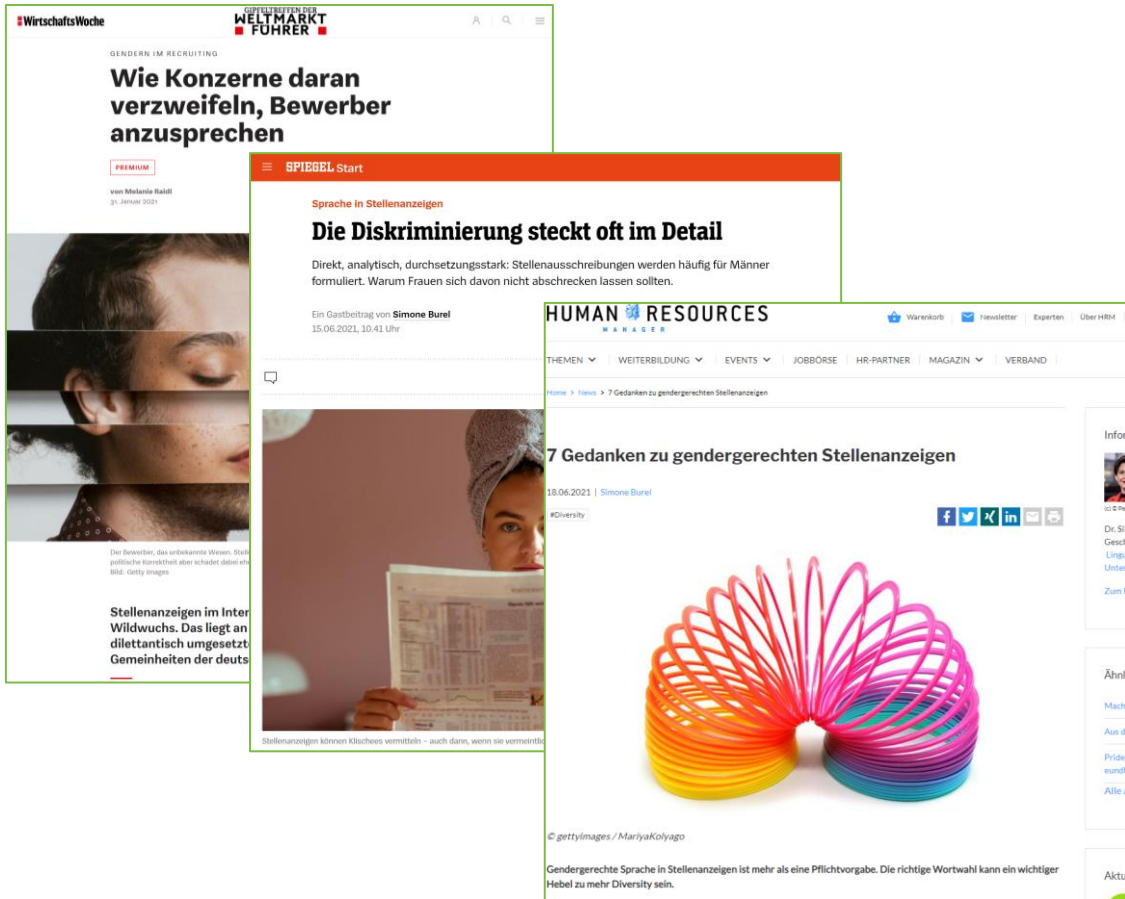
## LUB-Lösung

- Wir schaffen systematisch **Awareness** für sprachliche Verzerrungen der eigenen Kommunikation.
- Wir **empowern** Ihr Team, um mit gendergerechter Sprache und für Sie spezifisch erarbeiteten Wortfeldern einen höheren Candidate-Fit zu erreichen.
- Nachhaltiger **Change**: Unterstützt durch KI-Software erhalten Sie für neue Stellenanzeigen konkrete Verbesserungsvorschläge und erzielen bis zu 22 % mehr weibliche Bewerbungen.

## Erfolg



# Situation: Recruiting-Sprache spricht diverse Zielgruppen nicht an.



Artikel von Dr. Simone Burel zu gendergerechten Stellenanzeigen. [Mehr Presse](#)

- Die männlich-dominierte Sprache von Recruiter:innen verfehlt wichtige Zielgruppen, da Worte und Bilder bei diversen Gruppen andere Erwartungen auslösen.
- Die LUB-Analyse von 32.000 Stellenanzeigen zeigt einen Anstieg von bis zu 22 % bei weiblichen Bewerbungen durch Anpassung der Geschlechter Codes.
- Unternehmen, die Diversität nicht aktiv in ihrer Sprache vertreten, verlieren bis zu 78% potenzieller Kandidat:innen und dadurch spezifisches Marktwissen diverser Gruppen (StepStone, 2020).
- Weitere Aspekte wie SEO, Channel-Management, Auswahl von Benefits, Bildsprache oder Textaufbau werden ebenfalls männlich-orientiert gestaltet.

# LUB-Lösung: Mit Psycholinguistik sprechen Sie eine diverse Zielgruppe an & erhalten bessere Bewerbungen.

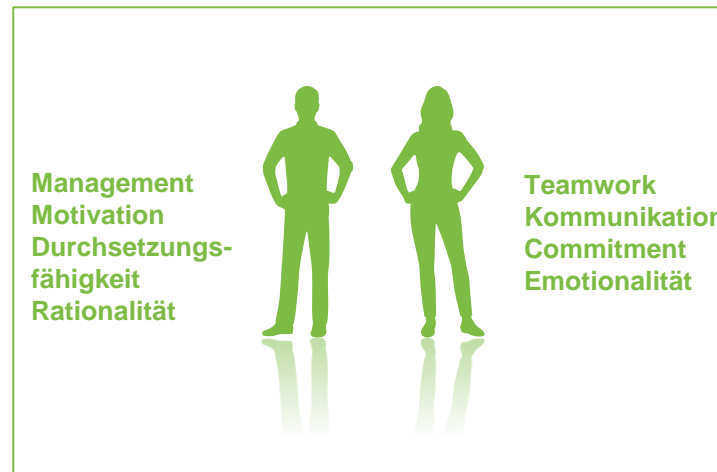
## Awareness - Workshop



LUB schafft Bewusstsein für wissenschaftliche psycholinguistische Erkenntnisse und den individuellen Unconscious Bias.

Auf dieser Basis vermittelt LUB praxiserprobtes Know-how für gendergerechte und zielgruppengerechte Stellenanzeigen.

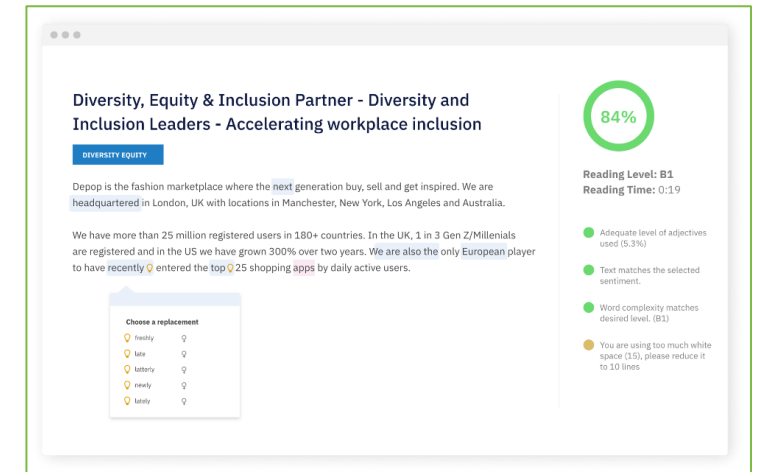
## Empowerment - Leitfaden



LUB scannt Ihre Best-Practice-Beispiele und definiert den passenden Tone of Voice, um Ihre Zielgruppe optimal anzusprechen.

Sie erhalten einen individuellen Leitfaden für gendergerechte Stellenanzeigen passend zu Ihrer Marke und Zielgruppe

## Change - Software



Die psycholinguistische Software analysiert die Wirkung zwischen den Zeilen des Texts und macht Verbesserungsvorschläge.

Für klassisches Recruiting mit Stellenanzeigen & für aktive Ansprache in LinkedIn-Nachrichten oder E-Mails.

# Erfolg: Psycholinguistik verbessert Candidate Fit & Conversion Rates.

Mit unserer Psycholinguistik wurden mehr und bessere Bewerbungen mit weniger Aufwand erreicht.

## Success Story

### Tech-Company mit 32T Mitarbeitenden

22 % mehr weibliche Bewerbungen

32 % mehr Bewerbungen insgesamt

## Success Story

### Randstad Netherlands

14 % Conversion-Steigerung

30 % Schnellere Erstellung von Stellenanzeigen

Mit LUB erhalten Sie die Softwarekompetenz unseres gesamten Ökosystems mit über 100 Mitarbeitenden und ausgewiesener Gender-Expertise.



# Erfolg: Diversity-gerechte Stellenanzeigen @ otto group.

**otto group**

LUB unterstützte die *otto group* u.a. mit:

- ✓ Einführung in diversity-gerechte Sprache
- ✓ Interne Benchmarkstudie zur Umsetzung diversity-gerechter Sprache nach den Dimensionen Alter, Verständlichkeit für Nicht-Muttersprachler:innen, Geschlecht und Auffindbarkeit (SEO)
- ✓ Beratung zur Softwareauswahl für diversity-gerechte Stellenanzeigen
- ✓ Sprachanpassung Barrierefreiheit



## Leitfaden für diversity-gerechte Stellenanzeigen

### (A) Übersicht – Checkliste für eine gelungene Stellenanzeige

**1. Gestaltung**

- Wählen Sie authentische **Bilder** (mit Testimonials) und Icons, die Frauen und andere Gruppen einschließen und nicht nur in Assistenzfunktionen zeigen.
- Geben Sie auch in Online-Bewerbungssystemen eine **Kontaktperson** an, insbesondere Frauen, schätzen diese Möglichkeit zur persönlichen Kontaktaufnahme.
- Verwenden Sie **maximal 4 – 6 Bullet Points** im Überschrift und vermeiden Sie Wiederholungen.
- Geben Sie am Anfang eine **Kurzbeschreibung** der wichtigsten Infos.
- Trennen Sie die Kompetenzen in **Must-haves** und **Nice-to-haves**.

**2. Barrierefreiheit**

- Verwenden Sie **keine Emojis** und **keine Gifs**.
- Verwenden Sie **keine Abkürzungen** und **keine Slangausdrücke**.
- Verwenden Sie **keine Emojis** und **keine Gifs**.
- Verwenden Sie **keine Abkürzungen** und **keine Slangausdrücke**.

**3. Verständlichkeit**

- Verwenden Sie **keine Fachsprache** (außer im **Jobtitel** und **Recht** (z.B. Anpassung von Prozessen und Rechtskultur wie Mitarbeiter:innen)).
- Kombinieren Sie „**unüblich**“ konnotierte Wörter (z.B. **anspruchsvoll**) mit „**üblich**“ konnotierten Wörtern (z.B. **engagiert**).
- Vermeiden Sie **abschließende Formulierungen**, z.B. **ohne** (Anforderungen, um die es geht) und **über** (Anforderungen, die über den Job hinausgehen).
- Vermeiden Sie **abschließende Formulierungen**, z.B. **ohne** (Anforderungen, um die es geht) und **über** (Anforderungen, die über den Job hinausgehen).

**4. Verständlichkeit**

- Formulieren Sie **klare im Aktive** (nicht im Passiv).
- Verwenden Sie **kurze Sätze** und vermeiden Sie **komplexe Wörter** (das Sprachniveau sollte ungefähr **B1** entsprechen).
- Machen Sie in **Bullet Points keine gegenseitigen Querverweise** auf vorige oder kommende Bullet Points.
- Achten Sie auf die **Länge der Stellenanzeige**. Diese sollte in Word **maximal 1 Seite** lang sein.

**5. D&I, Gender Codes und Stereotype**

- Vermeiden Sie **Gender Codes** und **Stereotype**.
- Gender Wording**: Nutzen Sie **Bezeichnungen**, orthographische Varianten oder **Neutralisierung** für **Jobbezeichnungen im Jobtitel und Recht** (z.B. Anpassung von Prozessen und Rechtskultur wie Mitarbeiter:innen).
- Kombinieren Sie „**unüblich**“ konnotierte Wörter (z.B. **anspruchsvoll**) mit „**üblich**“ konnotierten Wörtern (z.B. **engagiert**).
- Vermeiden Sie **abschließende Formulierungen**, z.B. **ohne** (Anforderungen, um die es geht) und **über** (Anforderungen, die über den Job hinausgehen).

# LUB bringt Projekterfahrung und wissenschaftliche Expertise zum Thema gendergerechte Sprache mit.



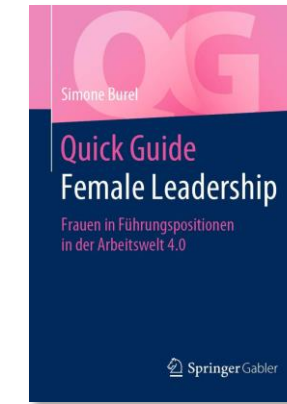
**Dr. Simone Burel**

- Gründerin & Geschäftsführerin
- Wissenschaftliche Autorin & Herausgeberin
- Kolumnistin Human Resources Manager



**Noah Fleischer**

- Head of Linguistic Technologies
- > 5 Jahre Erfahrung in internationalen Managementberatungen
- Dozent an Hochschulen



## Aktuelle Veröffentlichungen:

- Burel, Simone (2021): Sprache denkt (fe)male. Intelligente Sprache für selbstbewusste und wertschätzende Kommunikation.
- Burel, Simone (2020): Female Leadership. Frauen in Führungspositionen in der Arbeitswelt 4.0.

# LUB-Referenzen & Presse.



[Frauen sollten weniger sprachliche Weichmacher benutzen.](#) Dr. Simone Burel

Quelle: Frankfurter Allgemeine Zeitung



[7 Gedanken zu gendertgerechten Stellenanzeigen.](#) Dr. Simone Burel

Quelle: Human Resources Manager



[Ist das noch Deutsch? Gendertgerechte Sprache – Der Kulturkampf um die Sternchen](#)

Interview mit Dr. Simone Burel

Quelle: Der Spiegel



[Sprache in Stellenanzeigen Die Diskriminierung steckt oft im Detail.](#) Dr. Simone Burel

Quelle: manager magazin, Der Spiegel

References: Mehr [Presse](#)



# Möchten Sie eine Beispielanalyse Ihrer Stellenanzeige? Kontaktieren Sie unser Management Board!



Dr. Simone Burel, CEO



0176 // 622 829 53

[burel@lub-mannheim.de](mailto:burel@lub-mannheim.de)



Noah Fleischer, COO



0176 // 82 11 90 71

[fleischer@lub-mannheim.de](mailto:fleischer@lub-mannheim.de)