



Implementierung *Gendergerechte Sprache*



LUB ist eine Beratungsboutique, die wissenschaftsbasierte Consulting- & Agenturdienstleistungen rund um die Optimierung von Sprache & Text anbietet. **LUB** arbeitet in allen Wertschöpfungsketten von Organisationen, v.a. in den Bereichen Gender & Diversity, Leadership & Change sowie Chatbot-Kommunikation.

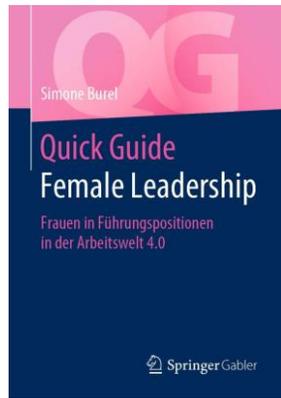
LUB betreut inzwischen über 100 Kund:innen aus (DAX-)Unternehmen, Hochschulen und Kommunen. Mit der Verbindung aus Geisteswissenschaft, Unternehmensberatung und (softwarebasierten) Services ist **LUB** einmalig auf dem deutschen Markt und stellt mit Dr. Simone Burel eine der profiliertesten Expertin:nen. Ausgezeichnet mit diversen Preisen ist **LUB** Marktführerin im Bereich gendergerechte Sprache.

Mehr Informationen, Studien und Referenzen gibt es unter www.lub-mannheim.de und www.diversity-company.de.

„Sprache ist eine Entäußerung des Denkens“ Dr. Simone Burel, 2020

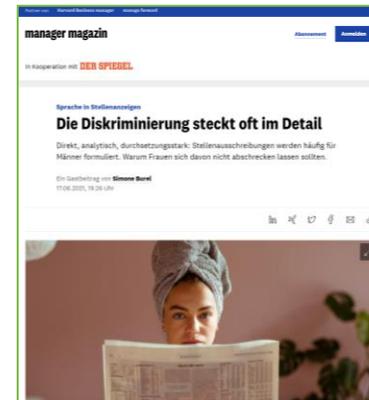
Wissenschaftliche Expertise

Als forschungsstarkes Spin-Off der Universität Heidelberg bringt LUB stets die aktuellsten Erkenntnisse in Beratungsprojekte ein.



Aktuelle LUB Presse

LUB ist geübt darin, Expertise zu gendergerechter Sprache für verschiedene Zielgruppen aufzubereiten und ist breit in den deutschen Leitmedien vertreten.



Handelsblatt

DER SPIEGEL

Süddeutsche Zeitung

ARD

Frankfurter Allgemeine

DIE ZEIT

SWR

LUB-Kund:innen aus Finance & Insurance.



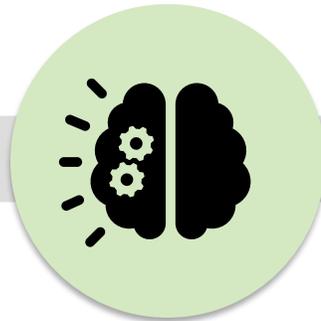
„Ich bin der Meinung, dass LUB einen Beratungsansatz anbietet, der die aktuelle Entwicklung trifft und bedient. Denn auch wir bei der Sparkasse wissen, dass nicht nur das ‚ob‘, sondern auch das ‚wie‘ in der Kommunikation entscheidend ist.“

Helmut Augustin, Vorstand Sparkasse Rhein-Neckar-Nord



LUBs Ansatz: Awareness – Empowerment – Change.

In drei klaren Schritten gehen wir mit unseren Kund:innen zum Erfolg.



Awareness

Schaffung eines Bewusstseins für die Bedeutung und Vorteile von gendergerechter Sprache. Festlegen von Regeln.



Empowerment

Aufbau von Wissen und Befähigung einzelner Abteilungen und Personen zur Umsetzung von gendergerechter Sprache.



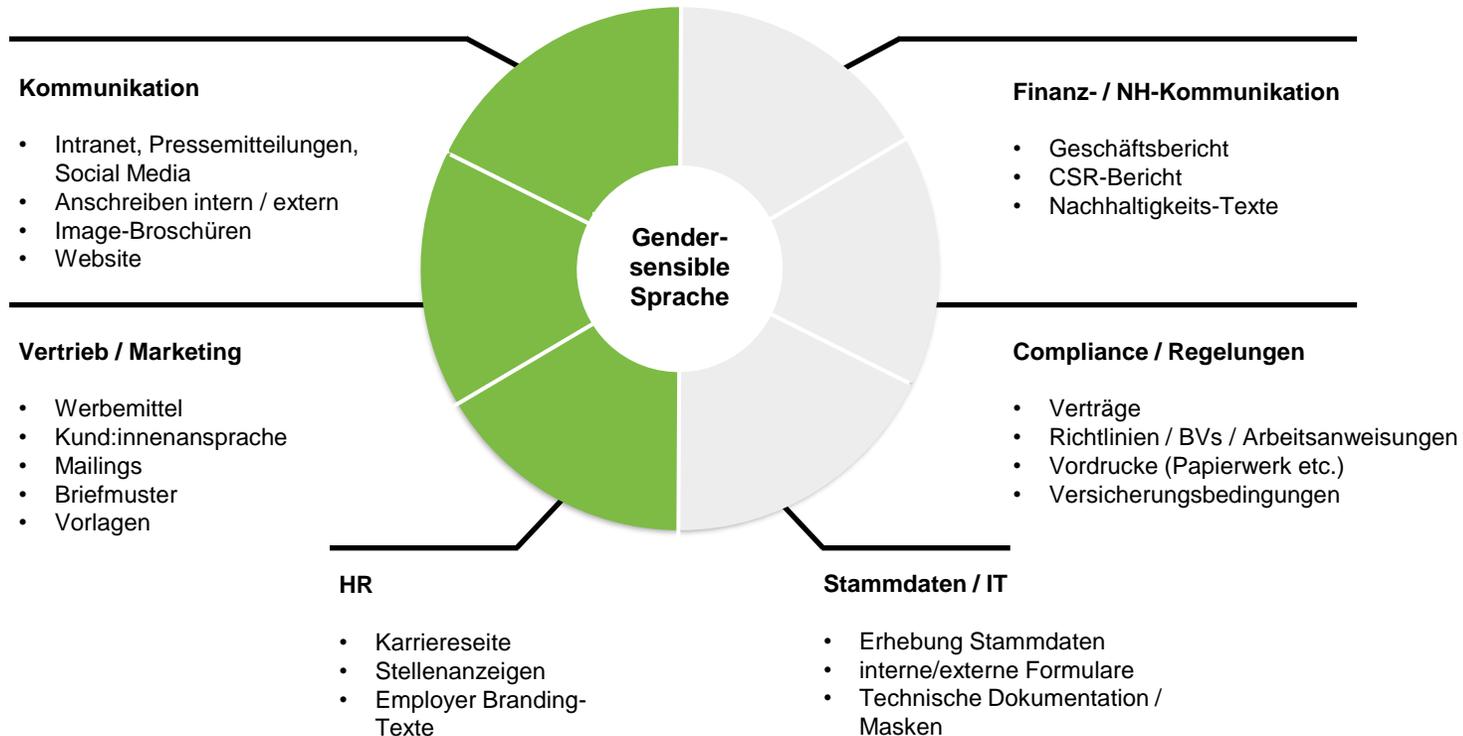
Change

Anpassung von Standardprozessen und IT-Unterstützung für eine einfache Umsetzung gendergerechter Sprache im Alltag.

Gendergerechte Sprache schrittweise implementieren.

Initialer Scope für gendergerechte Sprache

Weitere Roll-outs gendergerechte Sprache

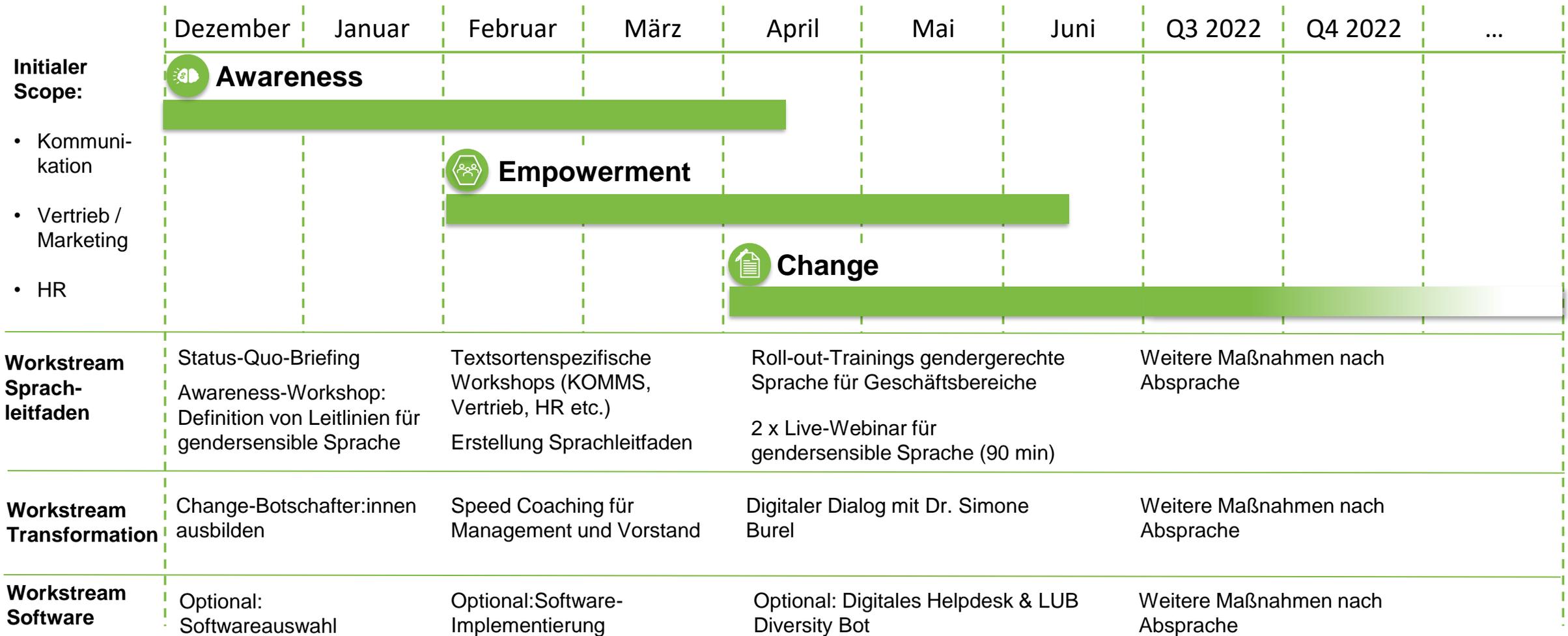


Gendergerechte Sprache lässt sich am einfachsten in weniger regulierten u. weniger technischen Bereichen umsetzen.

- Für die initiale Implementierung empfiehlt LUB die Umsetzung von gendergerechter Sprache in den Bereichen: Kommunikation, Vertrieb / Marketing sowie HR (siehe Grafik).
- Strenger regulierte Bereiche wie Compliance, Finanzberichte oder Stammdaten erzielen hohe Geschäftsvorteile mit Sprachleitfäden, benötigen jedoch auch höhere Implementierungsaufwände.

LUB geht domänenweise vor, um Kosten niedrig zu halten und nutzt bestehende Änderungszyklen.

Projektplan & Maßnahmen (Beispiel).



Sprache erzielt Business Impact im Alltag.

Linguistische-Software integriert sich in Ihre Alltagssysteme und ermöglicht eine Echtzeitprüfung.

Beispiel: gendergerechte Stellenanzeigen

22 %

mehr weibliche Bewerbungen

14 %

mehr Conversions

30 %

Zeitersparnis

Beispiel: verständliche Sprache



Kostensparnis von
über 2 Mio. EUR / Jahr
durch weniger Nachfragen
im Call-Center

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



Erfolgreich: Diversity-gerechte Sprache @ otto group.

otto group

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

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



Leitfaden für diversity-gerechte Sprache // Otto Stellenanzeigen

(A) Übersicht – Checkliste für eine gelungene Stellenanzeige.

The checklist is divided into five numbered sections, each with a red border and a red icon:

- 1. Gestaltung** (Icon: calendar):
 - 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, und 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. Verständlichkeit** (Icon: speech bubbles):
 - Formulieren Sie **Sätze im Aktiv** (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.
- 3. Barrierefreiheit** (Icon: person with wheelchair):
 - Verwenden Sie **alt-Text** für Bilder.
 - Verwenden Sie **kontrastreiche Farben** für Text und Hintergrund.
 - Verwenden Sie **klare, einfache Sprache** und vermeiden Sie **Idiomatik** und **Slang**.
 - Verwenden Sie **klare, einfache Sprache** und vermeiden Sie **Idiomatik** und **Slang**.
- 4. Barrierefreiheit** (Icon: person with hearing aid):
 - Verwenden Sie **klare, einfache Sprache** und vermeiden Sie **Idiomatik** und **Slang**.
 - Verwenden Sie **klare, einfache Sprache** und vermeiden Sie **Idiomatik** und **Slang**.
- 5. D&I, Gender Codes und Stereotype** (Icon: person):
 - Vermeiden Sie **Gender Codes** und **Stereotype**.
 - Gender Wording**: Nutzen Sie **Bezeichnungen**, orthographische Varianten oder **Neutralisierung** für **Jobbezeichnungen** im **Jobtitel** und **Resumé** (z.B. Anpassung von **Personen** und **Resümee** auf **Mitarbeiter*innen**).
 - Kombinieren Sie „**ähnlich**“ konnotierte Wörter (z.B. **engagiert**) mit „**weiblich**“ konnotierten Wörtern (z.B. **engagiert**).
 - Vermeiden Sie **abschließende Formulierungen**, z.B. **aber** (**Engagement** und **aber** sind ebenfalls **Engagement**).
 - Vermeiden Sie **abschließende Formulierungen**, z.B. **aber** (**Engagement** und **aber** sind ebenfalls **Engagement**).

Erfolgreich: Gendern @ Medienanstalt Rheinland-Pfalz



Wir unterstützten die Medienanstalt Rheinland-Pfalz aktiv bei folgenden Tätigkeiten:

- ✓ Einführung in gendergerechte Sprache
- ✓ Diagnostische Identifikation von Pain Points
- ✓ Gestaltung Imagebroschüre auf Basis sprachkriterien
- ✓ Erstellung Leitfaden & Erweiterung auf Basis von Diagnostikergenernissen und Unternehmensinput
- ✓ Barrierearme Sprachanpassung
- ✓ Erstellung von unternehmensspezifischen Glossar



LUB entwickelte zusammen mit der Medienanstalt Rheinland-Pfalz einen ganzheitlichen, professionellen und verständlichen Genderleitfaden, der auf den Markenkern des Unternehmens angepasst wurde. Mustertexte sorgten zusätzlich für konkrete Umsetzungsvorschläge.

Wir freuen uns, auch Sie beraten zu dürfen.



Dr. Simone Burel, CEO



0176 // 622 829 53

burel@lub-mannheim.de



Noah Fleischer, COO



0176 // 82 11 90 71

fleischer@lub-mannheim.de