

# SIE, WEIBLICH, SUCHT...

**Offensiv, durchsetzungsstark, analytisch: wenn diese Eigenschaften in einer Stellenausschreibung verlangt werden, vergeht vielen Frauen die Lust auf eine Bewerbung. Männern ist die Wortwahl weniger wichtig.**

In Deutschland und Österreich dürfen Bewerber:innen in ausgeschriebenen Stellen per Gesetz nicht aufgrund ihres Geschlechts benachteiligt werden. Viele Unternehmen lösen diese Pflicht zur Gleichbehandlung mit dem Anhängsel "m/w/d" im Titel ihrer Stellenausschreibungen. Alle sind angesprochen, alle sind gemeint, fertig. Weit gefehlt. Denn wer sich auf eine Stelle bewirbt, hängt auch damit zusammen, welche Geschlechterstereotype in der Ausschreibung transportiert werden. Und die stecken in zahlreichen Wörtern, wie z.B. Metaphern anschaulich zeigen:

Die Worte *Bürohengst*, *Karrierefrau* oder *Rabenmutter* rufen sofort lebhaftere Bilder in uns auf.

Aber auch vermeintlich geschlechtsneutrale Wörter transportieren Stereotype. Eine Studie der TU München sorgte in diesem Kontext für Aufsehen in den HR-Abteilungen von Unternehmen: Die Studien-

teilnehmer:innen mussten die in Stellenausschreibungen verwendeten Adjektive klassifizieren. Während sie beispielsweise Wörter wie *analytisch*, *entscheidungsfreudig* und *durchsetzungsfähig* als "männlich" einordneten, hielten sie *engagiert*, *teamfähig* und *zuverlässig* eher für "weiblich". Gewisse Job-Bezeichnungen (etwa *Senior-Manager*) oder Anforderungen (*Kommunikationsfähigkeit*) tragen also dazu bei, dass wir Stellenausschreibungen als männlich oder weiblich empfinden. Ein weiterer Effekt liess sich beobachten: Auf Ausschreibungen, die viele "männliche" Wörter enthielten, bewarben sich signifikant weniger weibliche Versuchsteilnehmerinnen.

Männer bewarben sich allerdings auf beide Ausschreibungstypen gleichermassen.

Woran liegt das? Werden männliche Eigenschaften gefordert, zucken viele Frauen zurück, weil sie sich nicht darin wiederfinden.

Gleichzeitig neigen sie dazu, jede Anforderung als unerlässlich einzustufen. Sie trauen sich weniger zu als Männer, bestätigt eine Untersuchung des Jobportals Jobware. Männer tendieren dazu, fehlende, aber geforderte Fähigkeiten zu überlesen – sie bewerben sich trotzdem.

Vor allem in Stellenausschreibungen für Führungspositionen werden vermehrt männliche Wörter verwendet, weshalb sich viele qualifizierte Frauen gar nicht erst bewerben. Dabei können sie nur selten angeben, warum sie sich auf eine Ausschreibung nicht beworben haben, denn: Sprachverarbeitung läuft zum Grossteil unbewusst. Das Wording in Stellenausschreibungen begünstigt also, dass bestehende Strukturen innerhalb von Unternehmen bestehen bleiben. Wer Frauen nicht ausschliessen will, sollte Stellenausschreibungen sorgfältig formulieren.



Dr. Simone Burel ist Geschäftsführerin der LUB GmbH, die sie 2015 auf Basis ihrer Dissertation über die Sprache der DAX-30-Unternehmen gegründet hat. Als erste linguistische Unternehmensberatung Deutschlands verbindet LUB Erkenntnisse der modernen Sprachforschung mit Anwendungsproblemen der Praxis. LUB optimiert die Prozesse ihrer Kund:innen in den Bereichen Leadership, CSR, Gender & Diversity, Customer Care und Change.

[lub-mannheim.de](http://lub-mannheim.de)