

Stellenausschreibungen geschlechtersensibel formulieren - eine praktische Handreichung

1. Vorteile von geschlechtergerechter Sprache in Ausschreibungen

Stellenausschreibungen sind der erste Kontaktpunkt zwischen dem UKE und potenziellen Bewerber:innen. Sprache entscheidet mit, wer sich angesprochen fühlt – und wer nicht.

Studien zeigen:

- Frauen bewerben sich seltener, wenn Anzeigen stark „maskulin“ formuliert sind.
- Männer bewerben sich unabhängig von der Wortwahl, Frauen dagegen stärker auf neutral oder „kommunal“ (s.u.) formulierte Anzeigen.
- Ein ausgewogenes Wording erhöht die Bewerbungsvielfalt – und damit die Chance, hochqualifiziertes Personal zu gewinnen.
- Sogenannte „weibliche Märkte“ werden gezielt angesprochen.

2. Kommunale vs. agentische Begriffe – was steckt dahinter?

Nach § 11 des Allgemeinen Gleichstellungsgesetzes (AGG) sind Stellenausschreibungen grundsätzlich geschlechtsneutral abzufassen. Tatsächlich enthalten viele Ausschreibungstexte jedoch Begriffe, die typischerweise mit bestimmten Geschlechterrollen verbunden werden – sogenannte geschlechtsstereotype Formulierungen. Sie fungieren als Signal, welches das Bewerbungsverhalten von Männern oder Frauen beeinflussen kann.

Diese werden in zwei Begriffsfeldern zusammengefasst:

- **Kommunal (gemeinschaftsbezogen):** kooperativ, kommunikativ, empathisch, teamfähig, zuverlässig, engagiert, lernbereit, offen, verantwortungsbewusst, aufgeschlossen, respektvoll, fair – spricht häufig Frauen stärker an.
- **Agentisch (durchsetzungsorientiert):** leistungsbereit, führungsstark, analytisch, zielorientiert, entscheidungsfreudig, eigenständig, wettbewerbsorientiert, ambitioniert, dominant, führungserfahren, verhandlungssicher – spricht häufiger Männer an.

➔ **Ziel ist ein ausgewogenes Verhältnis**, um sprachlich inklusiv zu bleiben, ohne an inhaltlicher Klarheit zu verlieren.

Dabei ist zu beachten: Menschen wenden Geschlechterstereotype nicht nur auf andere an, sondern auch auf sich selbst. Frauen neigen stärker zur Selbststereotypisierung – sie schreiben sich kommunale Eigenschaften häufiger zu und schätzen ihre agentischen Fähigkeiten tendenziell geringer ein als Männer.

3. Praktische Empfehlungen für die Formulierung

3.1 Alle Geschlechter ansprechen

Die Positionsbezeichnung sollte alle Geschlechter einschließen. Dies kann z. B. durch:

- **geschlechtsneutrale Begriffe** (z. B. *Leitung, Assistenz, Professur*),
- **Paarformen** (z. B. *Professorin / Professor*), oder

- **geschlechtersensible Schreibweisen** (z. B. *Professor:in*) erfolgen.

Hinweise zum Sprachgebrauch finden Sie auch in den [UKE-Empfehlungen für Gendersensiblen Sprach- und Schreibgebrauch](#).

3.2 Agentische Begriffe durch ausgewogenere Alternativen ersetzen

Agentisch geprägt	Ausbalanciert / kommunal
hohe Belastbarkeit	strukturierte Arbeitsweise – auch in stressigen Situationen
durchsetzungsstark	klar in der Kommunikation und argumentationsstark
verhandlungssicher	sicher und adressatengerecht in Wort und Schrift
Führungspersönlichkeit	Erfahrung in der Leitung von Teams / Projekten
analytisches Denken	strukturierte und lösungsorientierte Herangehensweise
zielstrebig	Verantwortungsbewusst und selbstorganisiert
ambitioniert	engagiert und motiviert für die Aufgabe
überzeugendes Auftreten	sicher im Auftreten und kommunikativ im Kontakt mit Dritten
dominant	übernimmt Verantwortung und koordiniert Aufgaben
kompetitiv	strebt gemeinsam mit dem Team nach hoher Qualität
selbstbewusst	handelt klar und verantwortungsvoll im eigenen Fachbereich

3.3 Nicht entscheidende Anforderungen als „wünschenswert“ kennzeichnen

Untersuchungen zeigen: Frauen interpretieren Anforderungen in Stellenausschreibungen häufiger als zwingend. Dies kann dazu führen, dass sie trotz gleicher Qualifikation von einer Bewerbung absehen. Männer hingegen schätzen sich oft schon bei teilweiser Erfüllung der Anforderungen als geeignet ein. Um qualifizierte Bewerberinnen nicht auszuschließen, sollten Stellenausschreibungen klar zwischen zwingenden und zusätzlichen Anforderungen unterscheiden. Letztere können durch Formulierungen wie *wünschenswert* oder *optional* gekennzeichnet werden. Alternativ ist auch eine Aufforderung wie *„Bitte bewerben Sie sich auch, wenn Sie nicht alle Anforderungen erfüllen“* sinnvoll.

3.4 Eigenschaften in konkrete Verhaltensweisen übersetzen

Anstelle abstrakter Persönlichkeitsmerkmale sollten gewünschte Verhaltensweisen im beruflichen Kontext beschrieben werden. Statt zu beschreiben, welche Person gesucht wird, steht im Fokus, welche Aufgaben zu erfüllen sind.

Statt: „Wir suchen eine durchsetzungsstarke Persönlichkeit“

Besser: „Sie kommunizieren klar und verständlich mit internen und externen Partnern und können unterschiedliche Interessen konstruktiv zusammenführen.“

So entsteht ein präziseres Bild der Tätigkeit, das Bewerbenden ermöglicht, ihre Passung besser einzuschätzen. Gleichzeitig fördert dies Transparenz und schafft eine objektivere Entscheidungsgrundlage im Auswahlprozess.

4. Checkliste zur Formulierung geschlechtersensibler Ausschreibungstexte

Nutzen Sie die folgende Checkliste, um Ihre Ausschreibung selbst auf gendersensible Formulierungen zu prüfen.

- Die Positionsbezeichnung spricht alle Geschlechter an.
- Der Ausschreibungstext wurde auf agentische Begriffe geprüft und ggf. angepasst.
- Nicht zwingende Anforderungen wurden als *wünschenswert* gekennzeichnet.
- Der Fokus liegt auf der Beschreibung von Aufgaben – nicht auf Eigenschaften der gesuchten Person.
- Bei Fragen oder Unklarheiten wurde Rücksprache mit dem Gleichstellungsreferat gehalten: gleichstellung@uke.de

Hinweis:

Diese Handreichung richtet sich an Leitungen und Mitarbeitende in den Zentren, Kliniken und Instituten des UKE. Sie dient als Orientierungshilfe für mehr Vielfalt und Fairness im Auswahlprozess – mit wenig Aufwand, aber großer Wirkung.

Quellenverzeichnis:

Franzke, Bettina / Weirich, Ina (2022): Geschlechterstereotype in Stellenanzeigen erkennen und vermeiden. Eine sprachwissenschaftliche Analyse und Handlungsempfehlungen. In: Journal Netzwerk Frauen- und Geschlechterforschung NRW, Nr. 51, S. 82–89.

Verfügbar unter: <https://www.netzwerk-fgf.nrw.de> (Zugriff am 16.07.2025).

Gaucher, Danielle / Friesen, Justin / Kay, Aaron C. (2011): Evidence That Gendered Wording in Job Advertisements Exists and Sustains Gender Inequality. In: Journal of Personality and Social Psychology, Vol. 101, No. 1, S. 109–128.

DOI: <https://doi.org/10.1037/a0022530>

Hentschel, Thomas / Horvath, Lisa K. (2015): Passende Talente ansprechen – Rekrutierung und Gestaltung von Stellenausschreibungen. In: Peus, Claudia / Horvath, Lisa K. / Braun, Susanne / Hentschel, Thomas / Frey, Dieter (Hrsg.): Personalauswahl in der Wissenschaft. Evidenzbasierte Methoden und Impulse für die Praxis. Heidelberg: Springer, S. 71–85.

Universität Duisburg-Essen (o.J.): Checkliste für geschlechtergerechte Stellenanzeigen.

Verfügbar unter: https://www.uni-due.de/imperia/md/content/gender/stellenausschreibungen_checkliste.pdf (Zugriff am 16.07.2025).

Universität Zürich – Abteilung Gleichstellung (2018): Leitfaden Stellenausschreibungen. Empfehlungen für einen geschlechtergerechten Sprachgebrauch. Zürich.

Verfügbar unter: https://www.gleichstellung.uzh.ch/dam/jcr:e3ae7a5a-fcd7-43df-b9ce-40130b1a1763/leitfaden_stellenausschreibungen.pdf (Zugriff am 16.07.2025).

Bundesministerium der Justiz (o.J.): Allgemeines Gleichbehandlungsgesetz (AGG), § 11: Stellenausschreibung. Verfügbar unter: https://www.gesetze-im-internet.de/agg/__11.html (Zugriff am 16.07.2025).