



*Did you know?*

**Gendered Wording in  
Stellenausschreibungen  
wirkt!**

*#4genderstudiesHSRM*



**Gendered Wording in Stellenanzeigen wirkt - auch im Vertrieb.** Das zeigen Forschungsergebnisse von Studierende des Studiengangs Business Management an der Wiesbaden Business School.



Eine **wichtige Erkenntnis**, denn die Bewerbungsquote von Frauen im Vertrieb liegt bei nur 15% (Mühlberger 2011). Leider, denn gemischte Teams performen besser (Hoogendorn 2013).

Unter Leitung von Lea Heide Schwehn und Prof. Tobias Heußler haben Studierende im Rahmen von Masterarbeiten und einem Praxisprojekt im Bachelor-Studiengang die **Auswirkungen von geschlechtersensibler Sprache in Jobaus-schreibungen** auf die Wahrnehmung von Frauen gegenüber der Vertriebsprofession untersucht.



Auftraggeber und Praxispartner war der Bundesverband der Vertriebsmanager e.V.

In Laborexperimenten konnten die Studierenden zeigen, dass Studentinnen **männlich formulierte Stellenausschreibungen weniger ansprechend** fanden, während **weiblich formulierte Ausschreibungen** von beiden Geschlechtern als **gleich ansprechend** wahrgenommen wurden.



Diese Ergebnisse zeigen, dass eine gendersensibel formulierte Stellenausschreibungen ein **Tool für Unternehmen** sein kann, um mehr Studentinnen für den Vertrieb zu begeistern.

Perspektivisch soll die **Forschung** im Studiengang Business Administration **auf den kompletten Recruiting Prozess** (Headhunting, Einstellungstests, Vorstellungsgespräche und Onboarding) **ausgeweitet** werden.

Weitere Hürden für Frauen im Vertrieb sollen dadurch erkannt und sukzessive abgebaut werden.

