

# Institute for Gender and Diversity in Organizations

Working Paper Series



Published 12/2022  
Working Paper 2022/8



## Coding gender?

Zu den Chancen und Herausforderungen von technischen Lösungen für diversitätsgerechte Stellenanzeigen<sup>1</sup>

*Katja Dill, Helena Mihaljević, Ivana Müller und Aysel Yollu-Tok*

### Abstract

Mit der Digitalisierung der Arbeitswelt werden zunehmend digitale Lösungen eingeführt, die eine geschlechtergerechte Personalgewinnung fördern sollen. In diesem Beitrag betrachten wir aktuelle technologische Ansätze zur Erkennung und Korrektur geschlechtsbezogener Zuschreibungen in deutschsprachigen Stellenausschreibungen. Trotz gemeinsamer theoretischer Bezugspunkte in der Forschung zu Geschlechterstereotypen und Sprache unterscheiden sich die Anwendungen signifikant hinsichtlich der Bewertung von Ausschreibungstexten. Wir erörtern Herausforderungen bei der Operationalisierung sozialpsychologischer Erkenntnisse in Software und diskutieren, welchen Beitrag solche Technologien zur Reduktion geschlechtsspezifischer Ausschlüsse in Auswahlprozessen leisten können.

With the digitalization of the world of work, digital solutions are increasingly being introduced to promote gender-equitable recruitment. In this paper, we consider current technological approaches for detecting and correcting gender-based attributions in German-

---

<sup>1</sup> Dieser Beitrag ist eine überarbeitete, gekürzte Fassung unseres Beitrags „Geschlechterstereotype decodieren? Ein Blick auf Technologien für geschlechtergerechte Stellenanzeigen“ aus dem Schwerpunktheft Digitalisierung der Arbeitswelt der ZDfm – Zeitschrift für Diversitätsforschung und -management, 1-2022, S. 8-21. <https://doi.org/10.3224/zdfm.v7i1.02>. Die empirische Analyse, auf die hier verwiesen wird, ist Gegenstand des Artikels (Mihaljević et. al., 2022) Towards gender-inclusive job postings: A data-driven comparison of augmented writing technologies. PLoS ONE 17(9): e0274312. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0274312>

language job postings. Despite common theoretical references in research on gender stereotypes and language, the applications differ significantly with respect to the evaluation of job posting texts. We discuss challenges in operationalizing social psychological findings in software and discuss what contribution such technologies can make to reduce gender exclusion in selection processes.

### **1. Einleitung**

Mit der digitalen Transformation der Arbeitswelt bekommt die Verlagerung von Personaleinstellungsprozessen auf digitale Technologien eine neue Qualität. Im vorliegenden Beitrag betrachten wir digitale Technologien zur Erkennung und Korrektur geschlechtsbezogener Zuschreibungen in Stellenausschreibungen. Stellenanzeigen gehen mit einer Selbstbewertung einher: Arbeitssuchende schätzen ihre Eignung für eine Stelle ein, indem sie die formulierten Anforderungen mit der Wahrnehmung ihrer Eigenschaften und Kompetenzen vergleichen (Walker & Hinojosa, 2013). Insofern kommt der sprachlichen Gestaltung von Stellenanzeigen eine wichtige Bedeutung zu: Je höher die wahrgenommene Übereinstimmung zwischen den formulierten Stellenanforderungen und den persönlichen Fähigkeiten und Eigenschaften ausfällt, desto wahrscheinlicher ist es, dass sich die arbeitssuchende Person bewirbt (Hentschel & Horvath, 2015). Jede fünfte Stellenanzeige im deutschsprachigen Raum birgt Diskriminierungsrisiken, da sprachliche Formulierungen und implizite Bilder so gewählt werden, dass sich unterrepräsentierte Bevölkerungsgruppen nicht bzw. weniger angesprochen fühlen (ADS, 2018). Weitere Studien im deutschsprachigen Raum zeigen, dass Stellenanzeigen insb. geschlechtsspezifische Diskriminierungsrisiken aufweisen (Bauhoff & Schneider, 2013; Koch, 2012). So bestimmen auch 15 Jahre nach Einführung des AGG noch sehr häufig weiblich bzw. männlich konnotierte Zu- und Einschreibungen die Ausrichtung von Stellenanzeigen, wodurch die geschlechtsspezifische

Segregation auf dem Arbeitsmarkt verstärkt wird. Haben Frauen eine geringere Identifikation bzw. Passung mit einer männlich konnotierten Stellenausschreibung, schätzen sie die Stelle für sich selbst als weniger attraktiv ein (Damelang & Rückel, 2021).

Vor diesem Hintergrund bietet eine Reihe von Technologien ein automatisiertes Screening von Texten auf mögliche geschlechtsspezifische Ausschlüsse an. Einige davon machen explizit Vorschläge zur Ersetzung entsprechender Begriffe. Die Angebote reichen vom Durchsuchen der Texte nach Wörtern in manuell erstellten Wortlisten bis hin zum Einsatz komplexer Algorithmen.

Wir gehen hier der Frage nach, welchen Beitrag solche Technologien zur Reduktion geschlechtsspezifischer Ausschlüsse in Auswahlprozessen leisten können. Im Rahmen des vom IFAF Berlin geförderten interdisziplinären Forschungsprojekts „Divers-AITechHR“, das sich mit den Auswirkungen intelligenter Technologien auf die betriebliche Auswahl beschäftigt, haben wir vier technologische Lösungen auf dem deutschsprachigen Markt anhand von 160.000 Stellenanzeigen untersucht (Mihaljević et. al., 2022). Dabei zeigte sich, dass die Technologien zu teils sehr unterschiedlichen Einschätzungen gelangen, trotz Gemeinsamkeiten in ihren wissenschaftlichen Bezügen. Aufbauend auf der empirischen Analyse<sup>2</sup> skizzieren wir die den technologischen Lösungen zugrundeliegende sozialpsychologische Forschung und diskutieren die praktischen Schwierigkeiten bei der Übersetzung wissenschaftlicher Befunde in Technologie. Daran anschließend geben wir Impulse für die Nutzung technologischer Lösungen in der HR-Praxis sowie zum Forschungsdiskurs zu Gender, Diversity und Technologie.

---

<sup>2</sup> Die empirische Analyse ist in folgendem Beitrag zu finden: (Mihaljević et. al., 2022) Towards gender-inclusive job postings: A data-driven comparison of augmented writing technologies. PLoS ONE 17(9): e0274312.

## 2. Stellenausschreibungen: Sprache *macht* Geschlechterstereotype *macht* Sprache

Geschlechtsbezogene Stereotype enthalten deskriptive und präskriptive Annahmen darüber, wie Frauen und Männer seien und welche Eigenschaften sie besäßen sollten. Frauen werden Eigenschaften wie *uneigennützig, emotional und empathisch* zugeschrieben, die sich „in den Konzepten der Wärme oder Expressivität“ (Eckes, 2008, p. 179) zusammenfassen lassen. Männer seien bspw. *dominant, kompetitiv, durchsetzungsfähig* – Konzepte einer „(aufgabenbezogenen) Kompetenz oder Instrumentalität“ (Eckes, 2008, p. 179). Die damit angesprochene Unterscheidung der *Big Two* (Paulhus & Trapnell, 2008; Sczesny et. al., 2019) geht auf Bakan (1966) zurück und spiegelt die Idee wider, dass es zwei grundlegende Ausrichtungen im menschlichen Leben gibt: das Streben nach Individualität oder Verwirklichung der eigenen Ziele (*agency*) und das Streben nach sozialen Beziehungen (*communion*). Solche Zuschreibungen und Erwartungen gehen als Fremdzuschreibung von der Gesellschaft aus, können aber auch zu einem inneren Verhaltensmuster von Menschen werden und somit die Selbstwahrnehmung beeinflussen (Schneider-Düker & Kohler, 1988; Wood & Eagly, 2009).

Geschlechterstereotype führen zu geschlechtsbezogener Arbeitsmarktsegregation: So werden Männern entsprechend den *agentisch* wahrgenommenen Charakterzügen eher Führungspositionen zugesprochen (Eagly & Karau, 2002) – die sog. vertikale Segregation. Frauen werden aufgrund *kommunaler* Charakterzuschreibungen stärker mit der Sorge- und Hausarbeit verbunden (Croft et. al., 2015); folglich sind Frauen v.a. in Berufen der Pflege, Erziehung, Reinigung oder einfachen Bürotätigkeiten vertreten – die sog. horizontale Segregation (Achatz, 2018).

Die kommunalen bzw. agentischen Zuschreibungen zu einzelnen Berufen und Hierarchieebenen spiegeln sich in Stellenausschreibungen wider. Zahlreiche Studien untersuchten die Wirkung von Geschlechterstereotypen in Stellenanzeigen. Gaucher et. al. (2011) fanden unter

Laborbedingungen heraus, dass männlich konnotierte Worte wie *dominant* oder *kompetitiv* Frauen davon abhalten würden, sich zu bewerben. Weitere Studien zeigen, dass Frauen seltener beabsichtigen sich auf männlich konnotierte Stellenanzeigen zu bewerben, bspw. auf Stellenangebote mit flexiblem Stundenlohn (Flory et. al., 2015). Damelang und Rückel (2021), die 224 weibliche Erwerbstätige zur Gestaltung und Attraktivitätseinschätzung von Stellenanzeigen befragt hatten, zeigen, dass geschlechtersensible Berufstitel sowie stereotyp weibliche Formulierungen sich positiv auf die Bewertung von Stellenausschreibung auswirken.

Es wird deutlich, dass Sprache Bilder und (geschlechtsspezifische) Wirklichkeiten konstruiert (Semin, 2000) und dass eine geschlechterinklusive Sprache, bspw. in Bezug auf Personenbezeichnungen, auch im Arbeitskontext eine große Rolle spielt. Letztlich zeigen zahlreiche Studien, dass eine geschlechtergerechte Formulierung von Stellenanzeigen relevant für den Abbau herrschender struktureller Ungleichheiten auf dem Arbeitsmarkt ist (Füty et. al., 2020; Prout at Work, 2019).

### **3. Technologien stufen geschlechtsbezogene Ausschlusspotenziale in Stellenanzeigen unterschiedlich ein**

Im Juli 2020 identifizierten wir im Rahmen einer umfassenden Recherche vier Technologien auf dem deutschsprachigen Markt, die geschlechtsspezifische sprachliche Ausschlüsse in Stellenanzeigen erkennen. Bei den ausgewählten Technologien handelt es sich um ein frei zugängliches Angebot sowie drei proprietären Technologien, welche die geschlechterbasierte Sprachanalyse als ein Teil-Modul einer umfassenderen HR-Software anbieten.

Allen technologischen Lösungen dient der *Big-Two*-Ansatz als Ausgangspunkt zur Operationalisierung geschlechtsbezogener Zuschreibungen, wie in Kapitel 2 skizziert. Die Arbeit

von Gaucher et. al. (2011) stellt einen gemeinsamen Referenzpunkt für alle untersuchten Technologien dar, da die Autor:innen bestehende Listen kommunaler und agentischer Wörter (Bem, 1974; Bartz & Lydon, 2004; Rudman & Kilianski, 2000) zusammenführten und die bis dahin umfangreichste einschlägige Sammlung, bestehend aus 42 agentischen und 40 kommunalen Wörtern bzw. Wortstämmen erstellten. Ebenso bewerten alle Anwendungen den eingegebenen Ausschreibungstext hinsichtlich dessen Attraktivität für Frauen, sowohl mittels einer groben Klassifizierung wie z.B. als “vorwiegend kommunal (stereotyp weiblich)” als auch granularer – durch die Hervorhebung der als weiblich bzw. männlich konnotiert identifizierten Wörter oder durch die Berechnung einer aus dem Verhältnis der jeweiligen Wortgruppen abgeleiteten Zahl.

Neben den Wortlisten von Gaucher et. al. (2011) greifen manche Technologien jedoch auf andere sozialpsychologische Ansätze und dazugehörige sprachliche Operationalisierungen zurück. Darüber hinaus verwendet jede der Anwendungen ein anderes Verfahren, um die Wörter der jeweiligen Kategorien zu identifizieren und gegeneinander zu rechnen. Um die Vorgehensweisen im Detail empirisch nachzuvollziehen, haben wir die Bewertung von rund 160,000 aktuellen Stellenanzeigen durch die vier Technologien analysiert und miteinander verglichen. Die Jobangebote stammen von den Plattformen *Jobportal der Bundesagentur für Arbeit (BfA)* als generalistische und öffentliche Plattform, *ausbildung.de* als spezialisierte und privatwirtschaftliche Jobbörse, und *Google Jobs* als Metasuchmaschine für Stellenangebote. Die Auswertungen durch die Technologien wurden entlang von drei Dimensionen verglichen: (1) anhand der zugewiesenen (Geschlechter-)Kategorien, (2) anhand der berechneten numerischen Scores und (3) auf der Ebene der extrahierten Ausdrücke.

Zu jeder der drei Analysedimensionen haben wir verschiedene Metriken berechnet und visualisiert (Mihaljević et. al., 2022); so haben wir beispielsweise für die Ebene der

Geschlechterkategorien, welche die Technologien den Texten zuweisen, die Anteile sowie die Übereinstimmung pro Text verglichen. Insgesamt lässt sich feststellen, dass entlang jeder Dimension die jeweiligen Technologien zu unterschiedlichen Einschätzungen der jeweiligen Texte kommen. Während beispielsweise die öffentlich zugängliche Anwendung den Großteil der Texte als weiblich konnotiert eingestuft hat, zeigen zwei der proprietären Angebote eine entgegengesetzte Verteilung.

Ein weiterer interessanter Aspekt ist die Einschätzung von Texten als “neutral”. Alle untersuchten Technologien ordnen einen – wenn auch geringen – Anteil der Texte in diese Kategorie ein. Neutralität wird jedoch in keinem Fall als eine eigenständige Kategorie verstanden, die sich durch geschlechterinklusive Sprache auszeichnet, sondern als „Ausbalancieren“ zwischen den Worten der beiden Geschlechterkategorien. Wörter werden nicht explizit als „geschlechtsneutral“ gekennzeichnet.

#### **4. Herausforderungen technologischer Operationalisierung und Automatisierung**

Wie Pietraszkiewicz et. al. (2019) diskutieren, variieren die Wörterbücher zu *Agency* und *Communion* zwischen den zahlreichen sozialpsychologischen Studien, es gibt keine standardisierten Wortlisten, auf welche alle zugreifen können. Somit sind Entwickelnde entsprechender Software darauf angewiesen, Forschungsliteratur selbst zu sichten und zu beurteilen. Es wird deutlich, dass bereits die Identifikation weiblich bzw. männlich konnotierter Begriffe kein Automatismus ist und stark von menschlicher Bewertung und ggf. strategischen Entscheidungen abhängt. Überdies wurden viele der verwendeten Studien in englischer Sprache durchgeführt. Für die deutschen Anwendungen werden die mit agentischen und kommunalen (oder anderen adressierten) Merkmalen assoziierten Wörter i.d.R. direkt übersetzt und dabei Wortstämme und Fragmente nach Ermessen angepasst.



Insgesamt gilt außerdem zu beachten, dass die meisten sozialpsychologischen Arbeiten nicht darauf abzielten, beliebige Stellenanzeigen zu prozessieren und zu analysieren. Oftmals wurden in experimentellen Studien Texte gezielt manipuliert und die Wirkung dieser sprachlichen Veränderungen auf Proband:innen gemessen. Gaucher et. al. (2011) gruppierten in ihrer Untersuchung reale Stellenanzeigen nach dem Anteil agentischer oder kommunaler Begriffe; damit nahmen sie (implizit) eine Bewertung des Wordings ganzer Texte vor. Dieses Vorgehen setzen die Anbietenden im Kern zwar auch um, jedoch entsteht durch die Anwendung komplexerer Formeln eine weitere Differenzierung zwischen den Technologien. Die Entscheidung, einzelne Ausdrücke gemäß der angeblichen Signifikanz im Sinne vorliegender Forschung zu gewichten, ist ein Beispiel für die Möglichkeiten unterschiedlicher Operationalisierung.

## **5. Diskussion und Ausblick**

Wir haben vier auf dem deutschsprachigen Markt verfügbare Technologien zum Aufdecken geschlechtsspezifischer Ausschlussrisiken bei der Personalgewinnung analysiert. Alle vier operationalisieren (häufig die gleiche) sozialpsychologische Forschung und gelangen dabei zu unterschiedlichen Bewertungen einzelner Texte. Dies unterstreicht die Bedeutung der technischen Umsetzung und zeigt, dass sich sozialpsychologische Forschung keinesfalls direkt in Technologie übersetzen lässt. An jeder Stellschraube – von der Auswahl und Bewertung der Forschungsliteratur über die Spezifikation von Formeln für Scores und Kategorien bis hin zur Aufbereitung der Informationen für Anwender:innen – werden Entscheidungen durch Menschen getroffen. Bei Überlegungen zum Einsatz der Technologien in der Personalauswahl-Praxis empfehlen wir entsprechend, darauf zu achten, dass Expert:innen an der Entwicklung beteiligt sind; die Ideen hinter der zugrundeliegenden Forschung sowie die technische Umsetzung für die Nutzer:innen transparent gemacht werden; die algorithmische Verarbeitung angemessen und

zweckmäßig ist; die Grenzen der Anwendung aufgezeigt werden; und die Technologie in einem Umfeld, das dem eigenen ähnlich ist, umfassend evaluiert wurde. Bisher liegen keine wissenschaftlichen Effektstudien vor, die es ermöglichen, die Leistung dieser und ähnlicher Tools in realen Bewerbungsprozessen zu beurteilen.

Positiv zu betonen ist, dass der Einsatz solcher Technologien in Unternehmen eine Möglichkeit bieten kann, bestehende geschlechtsbezogene Strukturen zu hinterfragen und sich mit möglichen Ausschlussrisiken auseinanderzusetzen – speziell in Hinblick auf die Entwicklung der Kompetenz- und Anforderungsprofile für Stellenausschreibungen. Solche Tools können ein Bewusstsein für die Macht der Sprache schaffen und helfen, sprachbezogene Exklusionswirkungen zu überprüfen. Die Nutzung konfrontiert Rekrutierende mit geschlechtsspezifischen Zuschreibungen im (Arbeits-)Alltag und veranlasst sie bestenfalls dazu, Auswahlprozesse inklusiver zu gestalten. Allerdings muss der Einsatz solcher Technologien mit der Unternehmensstrategie bzw. den organisationalen Rahmenbedingungen abgestimmt werden, da sonst das Risiko besteht, dass das Thema Diversity und die damit einhergehende Verantwortung auf Technologien verlagert wird. So sollte die Aufdeckung geschlechtsbezogener Zuschreibungen nicht nur automatisiert, sondern auch intern im Personalmanagement reflektiert werden.

Die Forschung zur sprachlichen Reproduktion von Geschlechterstereotypen hat bis dato noch keine – technologisch gut umsetzbare – Antwort darauf, welche neutralen Begriffe anstelle bestimmter männlich bzw. weiblich konnotierter Wörtern verwendet werden könnten. Eine weitere Schwäche ist, dass die Begriffe nur dichotom kategorisiert werden und die Texte lediglich auf Basis des numerischen Verhältnisses der Begriffe als neutral eingestuft werden, z.B. wenn die beiden Wortgruppen ausgeglichen sind. Dies ist eine pragmatische Lösung, die wissenschaftlich jedoch nicht untermauert ist und nicht dazu dient, Geschlechterstereotypen entgegenzuwirken.

Zudem perpetuiert die Kategorisierung die Geschlechterdichotomie, da sie nicht-binäre oder fluide Geschlechter ausschließt. Zu betonen gilt, dass Geschlechterrollen im Wandel sind, sodass auch die geschlechtsbezogene Selbst- und Fremdwahrnehmung eine Verschiebung erfährt. Trotz der Persistenz von Geschlechterstereotypen zeigt bspw. die Metaanalyse von Eagly et. al. (2020), dass insb. agentische Eigenschaften zunehmend differenziert wahrgenommen werden. Dies deutet auf einen Replikationsbedarf von Studien wie Gaucher et. al. (2011) hin und könnte eine von vielen Erklärungen dafür sein, dass die untersuchten Technologien zu unterschiedlichen Ergebnissen kommen. Daher wäre weitere qualitative Forschung zur Plausibilitätskontrolle der geschlechtsbezogenen Bewertungen wünschenswert.

Des Weiteren bestehen Forschungslücken im Hinblick auf interdisziplinäre und v.a. intersektionale Zugänge. So sollten weitere Kategorien wie *dis/ability*, Herkunft oder auch Elitarismus aus einer intersektionalen Perspektive bei der Softwareentwicklung berücksichtigt werden. Dies setzt jedoch den Zugriff auf Merkmale wie u.a. Gender, Alter und den sozialen Hintergrund der Bewerbenden voraus, was sich allein durch die Gesetzgebung in Deutschland, insb. das AGG, kaum umsetzen lassen dürfte.

Abschließend ist anzumerken, dass der Einsatz der beschriebenen Technologien nicht die Entscheidung von Menschen ersetzen kann. Eine geschlechtergerechte Stellenausschreibung ist lediglich eine Stellschraube im gesamten Einstellungsprozess. Schließlich können die Technologien nicht ein Grundproblem auf dem Arbeitsmarkt lösen: Personen, die sich nicht bewerben, obwohl sie fachlich geeignet sind und eine ähnliche Stelle suchen, sind in den Daten nicht repräsentiert – damit ist der Nutzen solcher Technologien bereits selbst segregiert.

### Literatur

- Achatz, J. (2018). Berufliche Geschlechtersegregation. In Abraham, M., & Hinz, T. (Eds.), *Arbeitsmarktsoziologie. Probleme, Theorien, empirische Befunde* (3. Aufl. 2018) (pp. 389-435). Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden; Imprint; Springer VS.
- ADS. (2018). *Diskriminierung in Stellenanzeigen. Studie zur Auswertung von Stellenanzeigen im Hinblick auf Diskriminierung, Ausschlussmechanismen und positive Maßnahmen*. Berlin: Antidiskriminierungsstelle des Bundes.
- Bakan, D. (1966). *The duality of human existence: An essay on psychology and religion*. Chicago: Rand McNally.
- Bartz, J. A., & Lydon, J. E. (2004). Close Relationships and the Working Self-Concept: Implicit and Explicit Effects of Priming Attachment on Agency and Communion. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 30(11), 1389–1401.  
<https://doi.org/10.1177/0146167204264245>
- Bauhoff, F., & Schneider, M. (2013). "Sekretärin des Vorstandes" gesucht: Stellenanzeigen und die expressive Funktion des AGG. *Industrielle Beziehungen*. Advance online publication. [https://doi.org/10.1688/1862-0035\\_IndB\\_2013\\_01\\_Bauhoff](https://doi.org/10.1688/1862-0035_IndB_2013_01_Bauhoff)
- Bem, S. L. (1974). The measurement of psychological androgyny. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 42(2), 155–162. <https://doi.org/10.1037/h0036215>
- Croft, A., Schmader, T., & Block, K. (2015). An Underexamined Inequality. *Personality and Social Psychology Review*, 19(4), 343–370.  
<https://doi.org/10.1177/1088868314564789>
- Damelang, A., & Rückel, A.-K. (2021). Was hält Frauen von beruflichen Positionen fern? Ein faktorieller Survey zum Einfluss der Gestaltung einer Stellenausschreibung auf

- deren Attraktivitätseinschätzung. *KZfSS Kölner Zeitschrift Für Soziologie Und Sozialpsychologie*, 73(1), 109–127. <https://doi.org/10.1007/s11577-021-00729-z>
- Eagly, A. H., & Karau, S. J. (2002). Role congruity theory of prejudice toward female leaders. *Psychological Review*, 109(3), 573–598. <https://doi.org/10.1037/0033-295X.109.3.573>
- Eagly, A. H., Nater, C., Miller, D. I., Kaufmann, M., & Sczesny, S. (2020). Gender stereotypes have changed: A cross-temporal meta-analysis of U.S. public opinion polls from 1946 to 2018. *American Psychologist*, 75(3), 301–315. <https://doi.org/10.1037/amp0000494>
- Eckes, T. (2008). Geschlechterstereotype: Von Rollen, Identitäten und Vorurteilen. In Becker, R., & Kortendiek, B. (Eds.), *Handbuch Frauen- und Geschlechterforschung: Theorie, Methoden, Empirie* (2., erw. und aktualisierte Aufl.) (pp. 171-182). *Geschlecht & Gesellschaft: Bd. 35*. Wiesbaden: VS, Verlag für Sozialwissenschaften.
- Flory, J. A., Leibbrandt, A., & List, J. A. (2015). Do Competitive Workplaces Deter Female Workers? A Large-Scale Natural Field Experiment on Job Entry Decisions. *The Review of Economic Studies*, 82(1), 122–155. <https://doi.org/10.1093/restud/rdu030>
- Fütty, T. J., Höhne, M. S., & Caselles, E. L. (2020). *Geschlechterdiversität in Beschäftigung und Beruf: Bedarfe und Umsetzungsmöglichkeiten von Antidiskriminierung für Arbeitgeber\_innen* (Stand: November 2020, 1. Auflage). Berlin: Antidiskriminierungsstelle des Bundes.

- Gaucher, D., Friesen, J., & Kay, A. C. (2011). Evidence that gendered wording in job advertisements exists and sustains gender inequality. *Journal of Personality and Social Psychology, 101*(1), 109–128. <https://doi.org/10.1037/a0022530>
- Hentschel, T., & Horvath, L. K. (2015). Passende Talente ansprechen: Rekrutierung und Gestaltung von Stellenausschreibungen. In *Personalauswahl in der Wissenschaft*. Berlin: Springer, 2015.
- Koch, I. (2012). *Diskriminierung beim Zugang zur Erwerbstätigkeit: AGG-Konformität von Stellenausschreibungen ; eine Berliner Kurzanalyse. Schriften der Landesstelle für Gleichbehandlung - gegen Diskriminierung: Vol. 15*. Berlin.
- Mihaljević, H., Müller, I., Dill, K., & Yollu-Tok, A. (2022). Towards gender-inclusive job postings: A data-driven comparison of augmented writing technologies. *PLoS ONE 17*(9), 1–35, e0274312. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0274312>
- Paulhus, D. L., & Trapnell, P. D. (2008). Self-presentation of personality: An agency-communion framework. In John, O. P., Robins, R. W., & Pervin, L. A. (Eds.), *Handbook of personality: Theory and research* (pp. 492-517). New York, London: Guilford.
- Pietraszkiewicz, A., Formanowicz, M., Gustafsson Sendén, M., Boyd, R. L., Sikström, S., & Sczesny, S. (2019). The big two dictionaries: Capturing agency and communion in natural language. *European Journal of Social Psychology, 49*(5), 871–887. <https://doi.org/10.1002/ejsp.2561>
- Prout at work (2019). Sprechen Sie LGBT\*IQ? Leitfaden für eine genderinklusive und -gerechte Sprache. *How to Nr. 3*. München: PROUT AT WORK-Foundation.

- Rudman, L. A., & Kilianski, S. E. (2000). Implicit and Explicit Attitudes Toward Female Authority. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 26(11), 1315–1328.  
<https://doi.org/10.1177/0146167200263001>
- Sczesny, S., Nater, C., & Eagly, A. H. (2019). Agency and communion. In Abele-Brehm, A. E., & Wojciszke, B. (Eds.), *Current issues in social psychology. Agency and communion in social psychology* (pp. 103-116). Abingdon, Oxon: Routledge.
- Schneider-Düker, M., & Kohler, A. (1988). Die Erfassung von Geschlechtsrollen: Ergebnisse zur deutschen Neukonstruktion des Bem Sex-Role Inventory. *Diagnostica*, 34(3), 256–270.
- Semin, G. R. (2000). Agenda 2000?communication: language as an implementational device for cognition. *European Journal of Social Psychology*, 30(5), 595–612.  
[https://doi.org/10.1002/1099-0992\(200009/10\)30:5<595::AID-EJSP23>3.0.CO;2-A](https://doi.org/10.1002/1099-0992(200009/10)30:5<595::AID-EJSP23>3.0.CO;2-A)
- Walker, H. J., & Hinojosa, A. S. (2013). Recruitment: The role of job advertisements. In Cable, D. M., & Yu, K. Y. T. (Eds.), *Oxford library of psychology. The Oxford handbook of recruitment* (pp. 269-283). Oxford: Oxford University Press.  
<https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199756094.001.0001>
- Wood, W., & Eagly, A. H. (2009). Gender identity. In Leary, M. H., & Hoyle, R. H. (Eds.), *Handbook of individual differences in social behavior* (pp. 109-125). New York, London: The Guilford Press.

**Autorinnen**

Dill, Katja, Wissenschaftliche Mitarbeiterin am Harriet Taylor-Mill-Institut der HWR Berlin; Doktorandin Promotionskolleg Gender Studies, Universität Vechta; Schwerpunkte: Interdisziplinäre Geschlechterforschung, Diversity und Digitalisierung. [katja.dill@hwr-berlin.de](mailto:katja.dill@hwr-berlin.de)

Mihaljević, Helena, Dr., Professorin für Data Science und Analytics an der Hochschule für Technik und Wirtschaft Berlin und am Einstein Center Digital Future in Berlin; Schwerpunkte: Data Science und Angewandtes Machine Learning. [helena.mihaljevic@htw-berlin.de](mailto:helena.mihaljevic@htw-berlin.de)

Müller, Ivana, Wissenschaftliche Mitarbeiterin an der Hochschule für Technik und Wirtschaft Berlin; Schwerpunkte: Statistik, Angewandte Statistik und quantitative Forschungsmethoden. [ivana.mueller@htw-berlin.de](mailto:ivana.mueller@htw-berlin.de)

Yollu-Tok, Aysel, Dr., Professorin für Volkswirtschaftslehre an der Hochschule für Wirtschaft und Recht Berlin und Direktorin des Harriet Taylor Mill-Instituts; Schwerpunkte: Arbeitsmarkt- und Sozialpolitik. [aysel.yollu-tok@hwr-berlin.de](mailto:aysel.yollu-tok@hwr-berlin.de)