

JADE[©] – Job-Ad Decoder

Prof. Dr.ⁱⁿ Julia Brandl (Gesamtprojektleitung)

Dr.ⁱⁿ Petra Eggenhofer-Rehart (operative Projektleitung)

Mag.^a (FH) Martina Kohlberger (Projektmitarbeiterin)

<https://www.uibk.ac.at/iol/hrm/research/digitaler-stellendecoder/>
<http://jade.or.at>

April 2022



JADE[©] – Job-Ad Decoder

In 3 Schritten
mit dem Jobinserat
zu mehr Diversität



JADE' – gefördert durch den Digitalisierungsfonds der AK Wien

#1 Wissen und Bewusstsein

#2 Technologie-Entwicklung

#3 Regulierung

#4 Experimentieren



#5 Forschung

https://wien.arbeiterkammer.at/service/digifonds/geofoerderte-projekte/Stereotypen-Decoder_fuer_Stelleninserate.html

Projektlaufzeit Dez 2019 – Dez 2021

Video

Datengrundlage

Organisation	Beteiligte	Zeitraum	Art der Beteiligung
 AMS	Abteilung Service für Unternehmen, Gleichstellung	April – Okt 2021	Unternehmensinterne Workshops mit HR Vertreter:innen und gemeinsamer Abschlussworkshop
 IVB INNSBRUCK	HR, Marketing (intern/extern)		
 ÖBB	Recruiting, Employer Branding, Gleichstellung		
 PLANSEE	Recruiting		
 STIHL	HR, insbes. Recruiting		

„Human systems could only be understood and changed if one involved the members of the system in the inquiry process itself“ (Holian & Coghlan, 2015)

Empirische Datenerhebung

1. *Wofür JADE im Stellenbesetzungsprozess nützlich sein kann*
2. *Wie HR zu Veränderungen (Change) in der Stellenbesetzung beitragen kann*
3. *Inwieweit Erfahrungen aus der Implementierung von JADE auf weitere HR Prozesse übertragbar sind*

Unternehmen nutzen JADE aus unterschiedlichen Gründen

1. Verbesserung der Chancen von „Benachteiligten“ (Frauen, Ältere) als Ausgangspunkt.

- *Männlich konnotierte Begriffe ersetzen („neutralisieren“)*
- *Frauen gezielter ansprechen*
- *aber: weniger Fokus auf Begriffe, die attraktiv für Ältere sind*

2. Erhöhung des Bewerbungsaufkommens

- *Abbau von Barrieren*
- *alle nicht zwingend nötigen Begriffe reduzieren oder vereinfachen (gebräuchliche Jobtitel)*

3. Passung des Inserates zur ‚Natur‘ der Stelle

- *(vermutete) Anforderungen des Fachbereichs antizipieren und mit Inserat abgleichen*

JADE erweitert den individuellen Denkraum

JADE regt zum Nachdenken an und stellt Gewohnheiten/Routinen infrage

Die Nutzung von JADE als Personalentwicklung (für den/die einzelne AnwenderIn)

- schafft Sensibilität für die (eher vernachlässigte) **„Stimme des Arbeitsmarkts“**
- regt zu neuen Ideen an und zeigt Möglichkeiten auf

HR kann JADE auch als Vehikel für Organisationsentwicklung nutzen

Die Erfahrungen aus der Erprobung von JADE sind Impulse für weitere HR Aufgabenfelder / Veränderungsprozesse

1. Weitere HR Aufgabenfelder

- Jenseits der Stellenbesetzung:
Personalbeurteilung,
Talentmanagement, Vergütung
- Pluralität von Zielen =>
Auseinandersetzung damit, was
Verbesserung „bei uns“ heißt; Ziele
stehen teils in Konkurrenz miteinander

2. Beiträge von HR in Veränderungsprozessen

- *passende* Ansatzpunkte , wie Change in HR
Prozessen durch HR bewirkt werden kann
- zunehmende Prägung von HR Prozessen
durch IT Systeme und Vernetzung =>
Relevanz von struktureller OE

Work-in-progress papers

- Gendered job applicant preferences – Patterns in job advertisements in Austria
 - > *How do women and men differ in their reported preferences of the various dimensions identified in candidate profile and employer description sections of job ads?*
- Implementing tools for enhancing diversity: the case of decoders for gendered wording in job advertisements
 - > *How do patterns of HR implementation differ across organizational settings?*



<https://www.linkedin.com/company/uibk-hrm-er>



Kontakt

Prof. Dr.ⁱⁿ Julia Brandl
julia.brandl@uibk.ac.at

Dr.ⁱⁿ Petra Eggenhofer-Rehart
petra.eggenhofer-rehart@uibk.ac.at

Mag.^a (FH) Martina Kohlberger
Martina.kohlberger@uibk.ac.at

Universität Innsbruck, Institut für Organisation und Lernen,
Arbeitsbereich Human Resource Management & Employment Relations
www.uibk.ac.at/iol/hrm

Literaturhinweise

Askehave, I. & Zethsen, K. K. (2014). Gendered constructions of leadership in Danish job advertisements. *Gender, Work & Organization*, 21 (6), 531-545.

<https://doi.org/10.1111/gwao.12053>

BCG Henderson Institute (2018). How Diverse Leadership Teams Boost Innovation. <https://www.bcg.com/en-us/publications/2018/how-diverse-leadership-teams-boost-innovation>

Brandl, J. (2015). Die Macht der Worte. Stellenanzeigen als Instrument zur Diversitätsförderung. *Austrian Management Review*, Vol. 5/2015. <https://www.aml.academy/publikationen-elementor-3-2-2-2/>

Buber, R. (2007). Denke-Laut-Protokolle. In R. Buber & H. H. Holzmüller (Hrsg.). *Qualitative Marktforschung. Konzepte – Methoden – Analysen* (S. 555-568). Wiesbaden: Gabler.

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>

Herring, C. (2009). Does diversity pay? Race, gender, and the business case for diversity. *American Sociological Review*, 74, 208-224. <https://doi.org/10.1177/000312240907400203>

Hunt, V., Yee, L., Prince, S. & Dixon-Fyle, S. (2018). Delivering through diversity. <https://www.mckinsey.com/business-functions/organization/our-insights/delivering-through-diversity>

Noland, M. & Moran, T. (2016). Study: Firms with More Women in the C-Suite Are More Profitable. <https://hbr.org/2016/02/study-firms-with-more-women-in-the-c-suite-are-more-profitable>

Roberson, Q. M. (2019). Diversity in the workplace: A review, synthesis, and future research agenda. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, 6, 69-88. <https://doi.org/10.1146/annurev-orgpsych-012218-015243>

World Economic Forum (2019). The business case for diversity is now overwhelming. <https://www.weforum.org/agenda/2019/04/business-case-for-diversity-in-the-workplace/>