

# short cuts

## ► **Verständlich statt abgehoben:**

Seit der Finanzkrise wollen Unternehmen offenbar auch mithilfe ihres Personalmarketings einer neuen Bodenständigkeit Ausdruck verleihen. Der Aachener Kommunikationswissenschaftlerin Carolin Kruff zufolge greifen sie jedenfalls wieder vermehrt auf deutsche Berufsbezeichnungen in Stellenanzeigen zurück, statt mit atemberaubenden anglofonen Kreationen ihre Weltläufigkeit zu betonen. Besonders beliebt seien englisch-deutsche Mischbezeichnungen wie Teamleiter oder Software-Entwickler, erklärte Kruff, die über das Thema promoviert und 50.000 Stellenanzeigen der Jahre 1950 bis 2008 ausgewertet hat, im Nachrichtendienst Spiegel Online.