

Whitepaper:

Gendergerechte Kommunikation für Online-Shops

Gendergerechtigkeit in der Kommunikation gewinnt auch für Online-Shops immer weiter an Bedeutung. Sie kann darüber entscheiden, ob Kundinnen und Kunden gerne bei Ihnen einkaufen oder sich doch lieber nach Alternativen umsehen. Doch leider ist es gar nicht so einfach, gendergerecht zu kommunizieren.

In diesem Whitepaper geben wir Tipps, wie Sie die Kommunikation in Ihrem Online-Shop gendergerecht gestalten können, um Ihre gesamte Kundschaft gleichermaßen anzusprechen und niemanden auszugrenzen.

Inhalt

- Warum ist gendergerechte Kommunikation wichtig?
- Muss ich in meinem Online-Shop genderneutral kommunizieren?
- Wie formuliere ich eine neutrale Anrede?
- Welche Formen kann ich beim Gendern verwenden?
- Fazit



Warum ist gendergerechte Kommunikation wichtig?

Unsere Sprache beschreibt nicht einfach nur unsere Welt. Vielmehr beeinflussen unsere Sprache und unsere Welt sich gegenseitig.

Eine diskriminierende Sprache, die ganze Gruppen kategorisch ausschließt oder behauptet, sie zu implizieren, trägt zur Festigung von ungerechten Strukturen bei. Wir reden immerhin von mehr als der Hälfte unserer Bevölkerung, die im sogenannten "generischen Maskulinum" vermeintlich "mitgemeint" wird.



Zurecht wollen immer mehr Menschen diese Ungleichbehandlung nicht hinnehmen, die sich nicht nur auf sie persönlich, sondern auch auf ihr soziales Umfeld auswirkt

Zusätzlich gibt es allein in Deutschland je nach Schätzung bis zu 800.000 intersexuelle Menschen, die biologische Merkmale beider Geschlechter haben. Sie haben nach § 22 Abs. 3 Personenstandsgesetz das Recht, ohne Geschlechtsangabe oder mit der Angabe "divers" im Personenstandsregister eingetragen zu werden.

Die Verwendung gendergerechter Sprache ist zwar für viele Menschen nach wie vor ungewohnt, sie trägt aber zur Bekämpfung von Ungleichbehandlung zwischen den Geschlechtern bei. Wenn Sie in Ihrem Online-Shop genderneutrale Personenbezeichnungen verwenden und gendergerecht kommunizieren, zeigen Sie Wertschätzung gegenüber allen Gruppen, die sich nicht unter "männlich" zusammenfassen lassen (wollen).

Muss ich in meinem Online-Shop genderneutral kommunizieren?

Es gibt in Deutschland keine gesetzliche Grundlage, genderneutrale Sprache für Personenbezeichnungen zu erzwingen.

In einem Urteil des Bundesgerichtshofs vom 18. März 2018 heißt es:

„Es besteht kein gesetzlicher Anspruch darauf, in Vordrucken und Formularen nicht mit Personenbezeichnungen erfasst zu werden, deren grammatisches Geschlecht vom eigenen natürlichen Geschlecht abweicht. Nach dem allgemein üblichen Sprachgebrauch und Sprachverständnis kann der Bedeutungsgehalt einer grammatisch männlichen Personenbezeichnung jedes natürliche Geschlecht umfassen (generisches Maskulinum).“

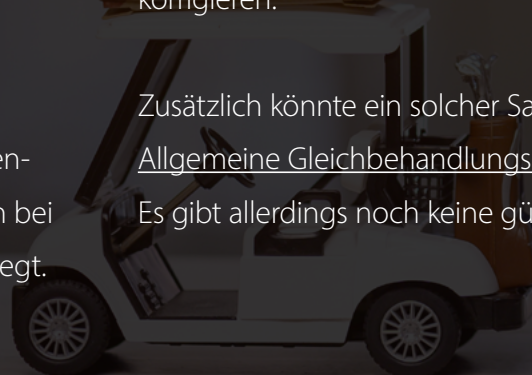
Es ist also von der Gesetzgebung her Ihnen überlassen, ob Sie in Ihrem Online-Shop genderneutral kommunizieren oder nicht. An dieser Stelle sei jedoch festgehalten, dass Ihnen die Gesetzgebung zwar generische Personenbezeichnungen wie „Kunden“ nicht verbietet, Ihnen im Gegenzug aber auch bei der Verwendung genderneutraler Bezeichnungen keine Steine in den Weg legt. Etwas anders sieht es mit der direkten Anrede in Formularen aus.

So gibt es aus Datenschutzsicht gute Gründe, ganz auf ein Pflichtfeld „Anrede“ zu verzichten oder zumindest die Option „Keine Angabe“ vorzusehen, um dem in Artikel 5 Absatz 1 Buchstabe c der DSGVO beschriebenen Grundsatz der Datenminimierung nachzukommen.

Eine Beschränkung auf die Auswahlmöglichkeiten „Herr“ und „Frau“ als Pflichtangabe wiederum führt dazu, dass zum Beispiel Kund*innen, die im Personenstandsregister mit dem Geschlecht „divers“ geführt werden, zur Übermittlung falscher Angaben gezwungen werden. Da Sie nach Artikel 5 Absatz 1 Buchstabe d der DSGVO dem datenschutzrechtlichen Grundsatz der Richtigkeit folgen müssen, müssten Sie diese Falschangaben nachträglich korrigieren.

Zusätzlich könnte ein solcher Sachverhalt einen Verstoß gegen das Allgemeine Gleichbehandlungsgesetz (AGG) darstellen.

Es gibt allerdings noch keine gültige Rechtsprechung hierzu.



Ein neuerliches Urteil des Landgerichts Frankfurt vom 03.12.2020 stellt eine Verletzung des Persönlichkeitsrechts fest, wenn Personen des nicht-binären Geschlechts sich zwischen den Anreden „Herr“ oder „Frau“ entscheiden müssen. Eine Entschädigungszahlung wurde der klagenden Partei in diesem Fall jedoch nicht zugesprochen. Derzeit ist das Urteil noch nicht rechtskräftig, kann unserer Ansicht nach aber durchaus als richtungsweisend eingestuft werden.

Wir empfehlen aus den genannten Gründen, kein verpflichtendes Feld „Anrede“ in Formularen zu verwenden, wenn dies nicht aus sachlichen Gründen nötig ist, oder weitere Optionen – wie im Folgenden erläutert – zur Auswahl zu geben. Auch wir selbst sind bereits fleißig dabei, unsere Formulare entsprechend anzupassen.



Wie formuliere ich eine neutrale Anrede?

Zusätzlich zu der Möglichkeit, das Formularfeld „Anrede“ nicht verpflichtend zu machen, können Sie eine dritte Option „Neutrale Anrede“ ergänzen. Auch eine vierte Option „Keine Angabe“ (idealerweise vorausgewählt) bietet sich an. Da es grundsätzlich keine gesetzliche Pflicht für die Verwendung einer Anrede gibt, können Sie das Feld „Anrede“ auch vollständig weglassen.

- ☐ Frau
- ☐ Herr
- ☐ Neutrale Anrede
- ☒ Keine Angabe

Die zusätzlichen Optionen wirken sich auf die direkte Anrede aus, die Sie in Ihren Newslettern, Bestellbestätigungen, personalisierten Webseitenbereichen Ihres Online-Shops und an anderen Stellen verwenden. Wählt eine Nutzerin die Anrede „Frau“ aus, können Sie diese Kundin selbstverständlich wie gewohnt mit „Sehr geehrte Frau Müller“, „Liebe Frau Meier“ oder „Hallo Frau Schmidt“ begrüßen. Wird jedoch keine oder eine neutrale Anrede ausgewählt, funktioniert das nicht.

Statt „Herr“ oder „Frau“ können Sie als neutrale Anrede einfach den Vornamen und Nachnamen verwenden. Beispielsweise lesen sich folgende Begrüßungen unserer Meinung nach ganz gut:

- *„Guten Tag Hans Müller“,*
- *„Hallo Inga Schmidt“.*

Sie können auch sichtbar genderneutrale Formulierungen wählen wie zum Beispiel:

- *„Liebe*r Veronica Meier“,*
- *„Sehr geehrte:r Francesco Meier“.*

Indem Sie die gleiche Grußformel für alle verwenden, vermeiden Sie es, Unterschiede zwischen Ihren Kundinnen und Kunden zu machen.

Als netter Nebeneffekt bedeutet diese Nicht-Unterscheidung auch geringeren technischen Aufwand für Ihren Online-Shop. Außerdem sieht Ihre Kundschaft, dass Ihnen das Thema Gleichbehandlung wichtig ist.

Welche Formen kann ich beim Gendern verwenden?

Es gibt viele verschiedene Möglichkeiten, Personenbezeichnungen zu gendern oder genderneutral zu formulieren. Wir stellen Ihnen die gängigsten Formen vor.

Doppel- oder Paarform

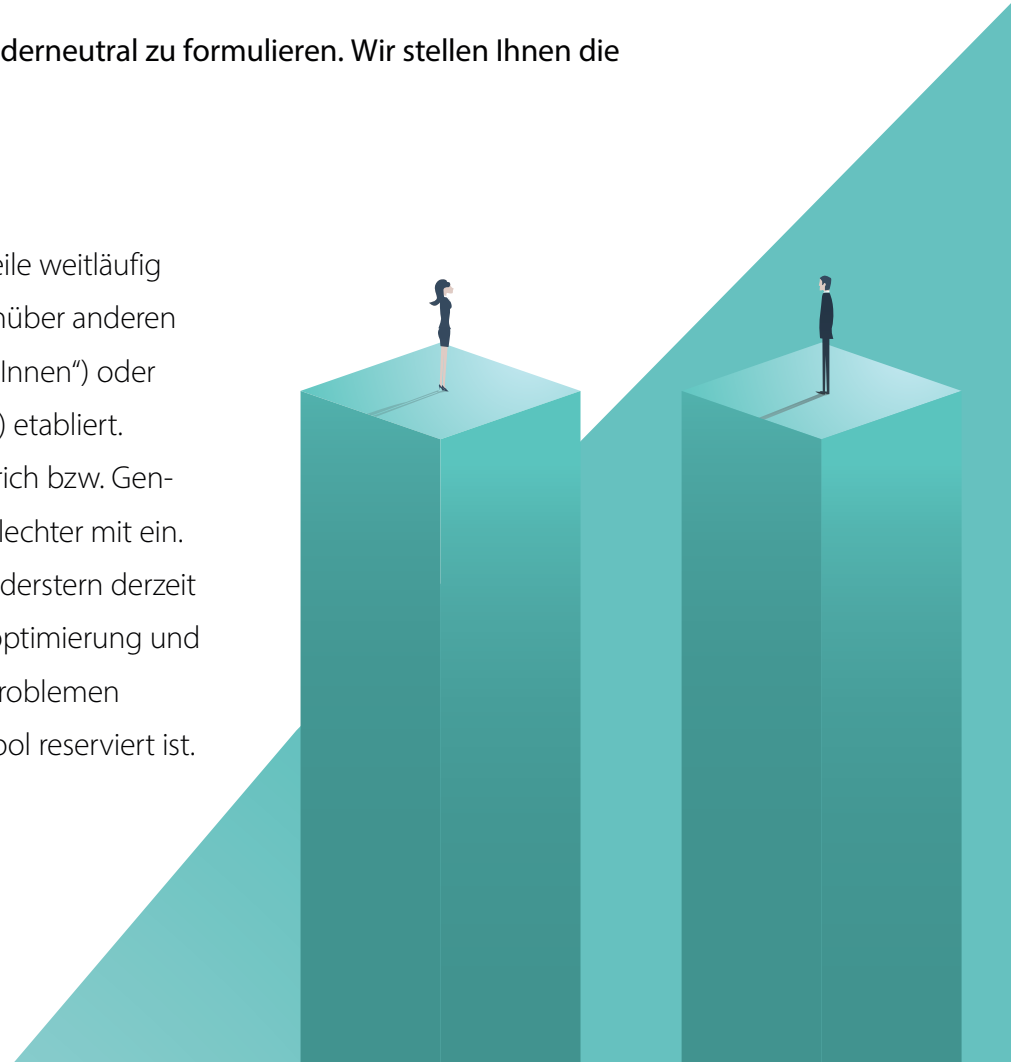
Die wohl gängigste dudenkonforme Lösung ist die Doppel- oder Paarform, bei der Sie Frauen und Männer gleichermaßen explizit ansprechen. Diese Variante stört den Lesefluss nicht und ist weitläufig akzeptiert. Texte werden allerdings länger, was an manchen Stellen in Ihrem Online-Shop mitunter problematisch werden kann. Außerdem werden Menschen, die sich weder dem männlichen noch dem weiblichen Geschlecht zuordnen (können), nicht mitgenannt.

- „Kundinnen und Kunden“
- „Kundin/Kunde“

Genderstern

Der Genderstern hat sich mittlerweile weitläufig als bevorzugte Schreibweise gegenüber anderen Varianten wie dem Binnen-I („KundInnen“) oder der Einklammerung („Kund(innen)“) etabliert. Sie schließt, genau wie der Unterstrich bzw. Gender-Gap („Kund_innen“) alle Geschlechter mit ein. Leider ist die Schreibweise mit Genderstern derzeit nicht ideal für die Suchmaschinenoptimierung und kann in rechtlichen Kontexten zu Problemen führen, in denen der Stern als Symbol reserviert ist.

- „Kund*innen“



Genderdoppelpunkt

Noch inklusiver – aufgrund der Lesbarkeit durch Software – ist der Genderdoppelpunkt. Er soll dem Genderstern in nichts nachstehen, ist aber durch die Maschinenlesbarkeit barrierefreier, da Sprachausgabeprogramme einfach eine kleine Pause machen, statt das Satzzeichen mit vorzulesen.

Dem Doppelpunkt begegnet man dementsprechend immer häufiger, vor allem in Online-Texten. Es gibt Indizien, dass der Genderdoppelpunkt das Rennen gewinnen könnte.

- „Kund:innen“

Abwechselnde Formen

In Aufzählungen mit mehreren Personenbezeichnungen ist es ebenfalls eine Möglichkeit, männliche und weibliche Formen abzuwechseln.

- „Kundinnen, Besucher und Interessentinnen“



Neutrale Personenbezeichnungen

Durch die Verwendung neutraler Personenbezeichnungen können Sie alle Personen mit einschließen, ohne das Gendersternchen zu verwenden.

Es gibt zum einen die Partizipialformen, die vor allem an Universitäten häufig verwendet werden (vgl. „Studierende“). Zum anderen gibt es genderneutrale Begriffe, die genderspezifische Personenbezeichnungen ersetzen können („Kundschaft“). Mitunter können Begriffe dieser Art jedoch ungewohnt oder unpersönlich wirken oder auch zu Missverständnissen führen.

- „Einkaufende“, „Besuchende“
- „Kundschaft“, „Besuch“, „Personen“

Auf geschicktgendern.de finden Sie ein Genderwörterbuch mit einer Vielzahl an Begriffen und ihren genderneutralen Alternativen.

[Zum Genderwörterbuch](#)

Personenbezeichnung vermeiden

Oft ist es auch möglich, eine Personenbezeichnung einfach wegzulassen und den Satz anders zu formulieren. Beachten Sie hierbei aber, dass Ihre Kommunikation indirekter wird, da Sie zum Beispiel die „Schnäppchenjägerinnen und -jäger“ (oder die „Schnäppchenjagenden“) nicht mehr direkt adressieren.

- „Schnäppchenjäger hier entlang“ wird zu „Zur Schnäppchenjagd hier entlang“
- „Andere Kunden kauften auch“ wird zu „Auch oft gekauft“
- „Berichten Sie anderen Kunden von Ihren Erfahrungen mit unserem Shop“ wird zu „Berichten Sie anderen von Ihren Erfahrungen mit unserem Shop“



Fazit

Heutzutage sollten Online-Shops sich auf jeden Fall Gedanken darüber machen, ob und wie sie ihre Kommunikation gendergerecht gestalten.

Um dieses Ziel zu erreichen, können Sie einerseits Ihre Formulare so anpassen, dass die Anrede entweder ganz weggelassen oder um die Optionen "Keine Angabe" und "Neutrale Anrede" ergänzt wird.

Außerdem können Sie darauf achten, für Personenbezeichnungen nicht ausschließlich die männliche Form zu verwenden, sondern eine oder mehrere der oben vorgestellten Varianten umzusetzen.

Wo möglich, können Sie auch Personenbezeichnungen einfach weglassen und den Satz anders formulieren. Achten Sie dabei am besten auf Einheitlichkeit in ähnlichen Kontexten.



Join the Community of Trust

Kundenbewertungen, Gütesiegel, Käuferschutz und vieles mehr:
Seit 1999 sorgt Trusted Shops mit einzigartigen Online-Lösungen für
echtes Vertrauen in der digitalen Welt. Mit bereits über 32.000 Online-Shops
und mehr als 40 Millionen Consumer-Mitgliedschaften bildet die stetig
wachsende Community of Trust ein starkes Netzwerk in ganz Europa.



+49 221 7 75 36-58



sales@trustedshops.de

© Trusted Shops SE • Subbelrather Straße 15c • 50823 Köln, Deutschland

Amtsgericht Köln, HRB 120336

Vertretungsberechtigter Vorstand: Jean-Marc Noël (Vorsitzender), Michael Burdack

Vorsitzender des Aufsichtsrates: Ulrich Hafenbradl

Inhaltlich verantwortlich: Jean-Marc Noël

Alle Rechte vorbehalten • Bilder unter Lizenz von Shutterstock.com verwendet



Käuferschutz



4,75

Sehr gut

Jetzt Kontakt aufnehmen