



Diskriminierung bei Waren und Dienstleistungen im digitalen Raum

Neue Potenziale und Wege
von Testings nutzen

Herausgeber

Institut für Demokratie und Zivilgesellschaft
Tatzendpromenade 2a | 07745 Jena
E-Mail: mail@idz-jena.de
Website: www.idz-jena.de

**Träger**

Amadeu Antonio Stiftung
Novalisstraße 12 | 10115 Berlin
E-Mail: info@amadeu-antonio-stiftung.de
Website: www.amadeu-antonio-stiftung.de

In Trägerschaft der



Autor*innen: Judith Pape, Janine Dieckmann, Kolja Müller & Alexander Crome

Kontakt: Judith Pape: pape.j@gffz.de

Dr. Janine Dieckmann: Janine.Dieckmann@par-ada.de



Satz: gegenfeuer.net

Das Forschungsprojekt „Diskriminierung bei Waren und Dienstleistungen im digitalen Raum – Neue Potenziale und Wege von Testings nutzen“ wurde im Rahmen der ersten Forschungsförderung zum Schwerpunkt „Innovative Methoden zur Erforschung von Diskriminierung“ der Antidiskriminierungsstelle des Bundes gefördert.

Gefördert durch:



Antidiskriminierungsstelle
des Bundes



Diskriminierung bei Waren und Dienstleistungen im digitalen Raum

Neue Potenziale und Wege von Testings nutzen

Judith Pape, Janine Dieckmann, Kolja Müller & Alexander Crome
Institut für Demokratie und Zivilgesellschaft

Unter Mitarbeit von Janboris Rätz & Jenny Wilken
Deutsche Gesellschaft für Trans*- und Inter*geschlechtlichkeit e.V.

Mit einem Beitrag von René_Rain Hornstein

Jena, Januar 2026

EINLEITUNG	4
KURZZUSAMMENFASSUNG	4
VORBEMERKUNG	5
FORSCHUNGSSTAND	6
TESTINGS ZUR FESTSTELLUNG VON DISKRIMINIERUNG	13
DISKRIMINIERUNG BEI KFZ-VERSICHERUNGEN – MODULSTUDIE 1	16
METHODIK	16
DURCHFÜHRUNG DER QUANTITATIVEN DATENERHEBUNG	20
INTERVIEWS MIT VERTRETER*INNEN ÄLTERER MENSCHEN UND DES VERSICHERUNGSWESEN	21
ERGEBNISSE-MODULSTUDIE 1	22
ZUSAMMENFASSUNG DER ERGEBNISSE – ALTERSDISKRIMINIERUNG AM BEISPIEL KFZ-VERSICHERUNGEN	35
DISKRIMINIERUNG IM KUND*INNENKONTAKT – MODULSTUDIE 2	40
PARTIZIPATIVER ANSATZ DER MODULSTUDIE 2	40
METHODIK	41
ERGEBNISSE MODULSTUDIE 2	48
ZUSAMMENFASSUNG DER ERGEBNISSE – DISKRIMINIERUNG VON NICHT-BINÄREN PERSONEN IM ONLINEHANDEL	67
METHODISCHE ZUSAMMENFASSUNG	70
LITERATURVERZEICHNIS	73
ANHANG	78

INHALT

Einleitung

Kurzzusammenfassung

Der Konsum und die Inanspruchnahme digitaler Waren und Dienstleistungen ist in unserem Alltag kaum wegzudenken. Die Verlagerung der Märkte in den digitalen Raum eröffnet uns als Kund*innen zahlreiche Vorteile, birgt jedoch mit Blick auf Diskriminierungsthemen auch einige Herausforderungen. Neben den Vorteilen der bequemen Kauf- und Nutzungserfahrung, der erhöhten Zugänglichkeit von Produkten und Dienstleistungen sowie der größeren Vergleichbarkeit von Kaufpreisen nutzen einige Kund*innen digitale Angebotsalternativen auch, um sich vor Diskriminierungserfahrungen im öffentlichen Raum zu schützen. Studien zeigen allerdings, dass auch der digitale Raum im Kontext von Waren und Dienstleistungen nicht diskriminierungsfrei ist (Beigang et al. 2017, Orwat 2019, Beigang et al. 2021, Spiecker/Towfigh 2023). Neben der mangelhaften Diskriminierungssensibilität in Gesellschaft und Institutionen spielen im digitalen Raum zusätzlich technisch automatisierte und algorithmusbasierte Instrumente eine Rolle als Ursache für Diskriminierung (Orwat 2019, Hänold 2019, Spiecker/Towfigh 2023). Unser Forschungsprojekt zur Untersuchung benachteiligender digitaler Praktiken von privatwirtschaftlichen Anbieter*innen von Waren und Dienstleistungen fokussiert zwei Schwerpunkte:

Inhaltlicher Schwerpunkt: Welche Diskriminierungsmechanismen lassen sich im digitalen Handel zeigen? Welche Auswirkungen hat es auf Menschen, wenn sie beim Kauf oder bei der Inanspruchnahme einer Dienstleistung im digitalen Raum Diskriminierung wahrnehmen?

Methodischer Schwerpunkt: Wie können Diskriminierungsmechanismen und -erfahrungen im digitalen Handels- und Dienstleistungssektor untersucht werden? Inwieweit können Adaptionen der experimentellen Testingmethode (u. a. Klose/Kühn 2021) in der Diskriminierungsforschung im digitalen Raum mithilfe öffentlich zugänglicher Daten angewandt werden?

Um beide Schwerpunkte zu verbinden und gleichzeitig unterschiedliche Themenfelder zu untersuchen, unterteilte sich unsere Forschungsarbeit in zwei Modulstudien:

Modulstudie 1 fokussierte auf die Finanzdienstleistung von Automobilversicherungen im Zusammenhang mit Altersdiskriminierung und geschlechtsbezogener Diskriminierung. Die Studienergebnisse basieren – im Sinne eines Mixed-Methods-Designs – einerseits auf Grundlage einer umfassenden quantitativen Datenerhebung sowie andererseits auf qualitativen Interviews mit Expert*innen der Branche und Expert*innen der jeweiligen Lebensrealität, also älteren KFZ-Halter*innen. Die quantitativen Daten wurden mithilfe einer automatisierten Abfrage (Bot) erhoben. Auf einem Vergleichsportal wurden Angebote für Automobilversicherungen mit unterschiedlichen Persona (Vignetten) eingeholt. Die notwendigen digitalen Formulare wurden automatisiert ausgefüllt. Sie variierten in den Angaben zu Alter, Geschlechtsidentität, Fahrerfahrung und Schadenfreiheitsklasse. Die Auswertung der angebotenen Tarife konzentrierte sich auf die Höhe der Tarifpreise unter gesonderter Berücksichtigung des Merkmals Alter. Dabei zeigte sich, dass ältere

Kfz-Halter*innen generell höhere Preise für Kfz-Haftpflichtversicherungen erhalten. Je älter die Menschen sind, desto geringer ist die Auswahl an unterschiedlichen Tarifangeboten. Es zeigte sich ebenfalls, dass Personen mit höherer Schadenfreiheitsklasse geringere Tarifhöhen in ihren Angeboten erhalten. Jedoch zeigen die erhobenen Daten deutlich, dass ältere Versicherte (65–75 Jahre) innerhalb der untersuchten Schadenfreiheitsklassen (SF 1, 8 und 21) immer signifikant höhere Tarifangebote bekommen als Personen mittleren Alters (45–55 Jahre). Dieser Unterschied nimmt mit höherer Schadenfreiheitsklasse ab, ist aber auch für hohe Schadenfreiheitsklassen signifikant. Eine geschlechtsbezogene Ungleichbehandlung in Bezug auf „Mann“ und „Frau“ zeigte sich in den Tarifangeboten des Online-Vergleichsportals nicht, jedoch fehlte die Möglichkeit der nicht-binären Geschlechtsangabe völlig. Die ergänzend durchgeführten Interviews ergaben, dass sich sowohl Expert*innen im Versicherungswesen als auch ehrenamtlich engagierte Vertreter*innen von älteren Menschen der altersbezogenen Ungleichbehandlung bewusst sind. Während Expert*innen im Versicherungswesen dies mit dem Erhalt von Wirtschaftlichkeit und Preisfairness begründen, empfinden ältere Kfz-Halter*innen dies als Diskriminierung, gegen die jedoch keine ausreichenden Rechtsmittel zur Verfügung stehen.

In Modulstudie 2 wurde der Onlinehandel auf gendersensible Sprache in der Kund*innenkommunikation fokussiert. Die Studie untersuchte die Umsetzung des individuellen Rechts nicht-binärer Personen, im digitalen Onlinehandel mit ihrer Geschlechtsidentität angesprochen zu werden. Gerahmt wird diese Studie von einer politisierten – und durch rechtspopulistische und -extreme Akteur*innen instrumentalisierten – öffentlichen Debatte um das Verwenden geschlechtergerechter Sprache. Mithilfe eines Testingverfahrens wurden Anmeldeformulare sowie der E-Mailverkehr unterschiedlicher

Online-Anbieter*innen wieder mit unterschiedlichen Persona und Angaben variiert, um analysieren zu können, inwieweit diskriminierende Sprache verwendet wird. Innerhalb eines breiten Spektrums – von binären Anreden bis hin zu neutralen Anreden – ließen sich Typisierungen ableiten, die anschließend der Bewertung durch Expert*innen non-binärer Lebensrealitäten auf ihr Diskriminierungspotenzial unterzogen wurden. Es zeigte sich, dass binäre Geschlechtsangaben und -ansprachen weiterhin weit verbreitet sind. In ergänzenden qualitativen Interviews mit Expert*innen aus dem Onlinehandel wurde dies mit der Komplexität technischer Umstellungsprozesse, Sprachkonventionen und einer niedrigschwelligen Ansprache einer breiten Kund*innenbasis begründet. Die Interviews mit nicht-binären Personen verdeutlichten die negativen Auswirkungen der weithin fortbestehenden Unsensibilität, die mit einem Aberkennen ihrer Geschlechtsidentität einhergeht. Sie empfehlen das Verwenden geschlechtsneutraler Ansprachen und Formulierungen, da auch Angaben zur Nicht-Binarität für Kund*innen Situationen von erzwungenen Outings schaffen können und damit ein Diskriminierungs- und Sicherheitsrisiko verbunden sein kann.

Vorbemerkung

Das Forschungsprojekt „Diskriminierung bei Waren und Dienstleistungen im digitalen Raum – Neue Potenziale und Wege von Testings nutzen“ wurde im Rahmen der ersten Forschungsförderung zum Schwerpunkt „Innovative Methoden zur Erforschung von Diskriminierung“ der Antidiskriminierungsstelle des Bundes (ADS Bund) gefördert. Es konnte am Institut für Demokratie und Zivilgesellschaft von August 2023 bis September 2024 unter Leitung von Judith Pape verwirklicht werden. Das Projekt verfolgte einerseits das Ziel, neue Forschungsergebnisse in zwei ausgewählten Kontexten zu generieren:

Altersdiskriminierung im Versicherungswesen (Modulstudie 1) und Diskriminierung nicht-binärer Menschen in der Kund*innenkommunikation im Onlinehandel (Modulstudie 2). Andererseits hatte das Projekt zum Ziel, diese beiden Forschungsvorhaben mithilfe innovativer – und teilweise partizipativer – Methoden für die Erhebung öffentlich zugänglicher Daten im digitalen Raum umzusetzen. Im Sinne des Förderanliegens der ADS Bund fokussieren wir im Gesamtbericht auf den methodischen Schwerpunkt des Projekts: die Beschreibung und Anwendung von Testingverfahren als Methode der Diskriminierungsforschung im digitalen Raum. Eine Zusammenfassung zum Potenzial der Testings für zukünftige Forschungsarbeiten findet sich in der „Methodischen Zusammenfassung“ am Ende des Berichts.

Die mit den entwickelten Testingmethoden erzielten Forschungsergebnisse in beiden ausgewählten Anwendungsfeldern im Kontext von Waren und Dienstleistungen im digitalen Raum liefern wichtige Erkenntnisse für die Diskriminierungsforschung in Bezug auf Altersdiskriminierung und die Diskriminierung von nicht-binären Menschen. Sie bieten empirische Unterstützung für Menschen, Selbstorganisationen und marginalisierten Communitys, die potenziell von diesen Diskriminierungsformen betroffen sind und sich seit Jahren gegen diese Diskriminierung einsetzen. Die inhaltlichen Ergebnisse beider Modulstudien finden sich jeweils am Ende der Abschnitte „Diskriminierung bei KFZ-Versicherungen – Modulstudie 1“ und „Diskriminierung im Kund*innenkontakt – Modulstudie 2“. Auf eine differenzierte gesellschaftsanalytische und machtkritische Einordnung sowie eine umfassende Darstellung der bisherigen Forschungsarbeit in beiden ausgewählten Diskriminierungskontexten wurde zugunsten der Länge und der methodischen Schwerpunktsetzung dieses Berichts verzichtet. Wir hoffen, dass unsere Forschungsarbeit und -ergebnisse sowohl zukünftigen

Forschungsvorhaben der Diskriminierungsforschung im digitalen Raum als auch Menschen, die sich gegen Diskriminierung einsetzen, neue Impulse geben.

Forschungsstand

Diskriminierung als Forschungsgegenstand

In der sozialwissenschaftlichen Diskriminierungsforschung besteht das Erkenntnisinteresse darin zu untersuchen, inwieweit gesellschaftliche Machtverhältnisse zu ungerechtfertigter Ungleichbehandlung führen und welche nachteiligen Effekte diese auf die Lebensrealität von Menschen und gesellschaftlichen Teilgruppen haben kann. Optimalerweise unter Einbezug der Perspektive von Menschen, die mit gesellschaftlicher Diskriminierung konfrontiert sind, werden subjektive und materielle Benachteiligungen sowie potenzielle Bewältigungsstrategien untersucht. Ziel der Diskriminierungsforschung ist es, die gesellschaftlichen Diskriminierungsdimensionen (u. a. entlang der geschützten Merkmale in § 1 des Allgemeinen Gleichbehandlungsgesetzes [AGG]) in unterschiedlichen Lebensbereichen (z. B. Wohnungs-, Arbeitsmarkt, Alltag) und auf unterschiedlichen Ebenen (individuell, institutionell, strukturell) empirisch und systematisch sichtbarzumachen. In Abgrenzung zu Vorurteilen und Einstellungen bezieht sich das Konzept der Diskriminierung auf die Handlungsebene. Sie umfasst dabei individuelle Verhaltensweisen und institutionelle Entscheidungen, die auf Vorurteilen gegenüber gesellschaftlichen Teilgruppen basieren (vgl. Dieckmann 2017). Für vorurteilsbezogene Ungleichbehandlungen im gesellschaftlichen Kontext ist es dabei wichtig, dass die „Zusammenhänge mit gesamtgesellschaftlichen (ökonomischen, politischen, rechtlichen, soziokulturellen usw.) Strukturbildungen [...] berücksichtigt werden, die in die Strukturen

von Organisationen und Institutionen eingeschrieben sind“ (Scherr 2023).

In Deutschland regelt auf legislativer Ebene vor allem das AGG den Rahmen, was in bestimmten Lebensbereichen als Diskriminierung gilt und was nicht. Diese juristische Grundlage braucht es, denn eine der Herausforderungen der Diskriminierungsforschung ist:

„Nicht immer stimmt das, was Menschen allgemein unter Diskriminierung verstehen und wahrnehmen, überein mit dem, was juristisch – z. B. durch das AGG – unter Benachteiligung verstanden wird.“
(Beigang et al. 2017, S. 19)

Das AGG definiert Diskriminierung als Ungleichbehandlung bzw. Benachteiligung, die sich nachteilig auf die betroffene(n) Person(en) auswirkt. AGG § 1 legt fest, dass eine Benachteiligung „aus Gründen der Rasse [sic] oder wegen der ethnischen Herkunft, des Geschlechts, der Religion oder Weltanschauung, einer Behinderung, des Alters oder der sexuellen Identität“ grundsätzlich nicht erlaubt ist. Um jedoch Diskriminierung als gesellschaftliches Phänomen zu verstehen, braucht es weitere Perspektiven und Verständnisse. Neben der gesetzlichen Definition, die sich (nur) auf bestimmte Merkmale und Lebensbereiche bezieht, ist Diskriminierung auch als gesellschaftsnormatives Phänomen zu verstehen (Dieckmann 2017). Diskriminierung zeigt sich auch in Bezug auf Merkmale, die bisher nicht im AGG verankert sind (z. B. klassistische Diskriminierung aufgrund des sozioökonomischen Status). Menschen und gesellschaftliche Teilgruppen sind mit Vorurteilen und Diskriminierung konfrontiert, wenn sie von einer vermeintlich gesellschaftlichen Norm abweichen. Menschen, die nicht den gesellschaftlichen Normalitätsvorstellungen entsprechen – in Bezug auf Körper, Aussehen, Fähigkeiten, Religion, Geschlecht, sexuelle Orientierung, Sprache,

Besitz, Herkunft oder Alter – werden als „Andere“ bzw. „anders“ kategorisiert, abgewertet, diskriminiert und marginalisiert. Gesellschaftliche Normalitätsvorstellungen beruhen auf historisch gewachsenen Ungleichwertigkeitsideologien wie Rassismus, Sexismus oder Ableismus.

Die Auswirkungen dieser gesellschaftlichen Ungleichwertigkeitsideologien und Normalitätsvorstellungen auf den Alltag und die Biografien von Menschen werden in der Diskriminierungsforschung untersucht. Bisher sei es dieser – vor allem mit Fokus auf Diskriminierung im Lebensbereich Waren und Dienstleistungen – nicht umfassend gelungen, Diskriminierung systematisch zu untersuchen (Beigang et al. 2017, 2021). Dabei zeigen Beschwerdedaten (ebd., Rottleuthner/Mahlmann 2011), die Erfassung subjektiver Diskriminierungserfahrungen für den Lebensbereich Waren und Dienstleistungen in einigen Surveys (u. a. ADS Bund 2018) sowie einige Studien, die vertieft auf einzelne Diskriminierungserfahrungen eingehen (Kronenbitter et al. 2023, Beigang et al. 2017), deutlich, dass bei Waren und Dienstleistungen immer wieder benachteiligende Erfahrungen gemacht werden. Diese Lücke versucht das aktuelle Forschungsprojekt einerseits inhaltlich und andererseits durch die Adaptation methodischer Zugänge mithilfe öffentlich zugänglicher Daten im digitalen Raum weiter zu schließen. Im Folgenden wird näher auf die gewählten Anwendungskontexte im aktuellen Forschungsprojekt eingegangen.

Digitale und algorithmische Diskriminierung im Kontext Waren und Dienstleistungen

Privatwirtschaftliche Online-Anbieter nutzen automatisierte – oftmals algorithmusbasierte – Entscheidungstools in verschiedenen Bereichen wie dem Finanzsektor und dem Online-Handel (Spiecker/Towfigh 2023). Die Nutzungsmöglichkeiten für digitale Dienstleister*innen sind vielfältig und Einsparungspotenziale groß

(Hannak et al. 2014). Dass sich durch die Nutzung von Algorithmen durch privatwirtschaftliche Online-Anbieter*innen das Diskriminierungspotenzial vergrößert, zeigt sich auch im Versicherungsbereich (Hänold 2019). Der Versicherungssektor nutzt Algorithmen unter anderem, um Tarife miteinander zu vergleichen (Wulf/Spielkamp 2022). Transparenzpflichten und Auskunftsrechte zum Einsatz von Algorithmen fehlen bislang. Dadurch ist bei der Nutzung von Algorithmen ein erhöhtes Diskriminierungsrisiko gegeben, das auch für Berater*innen in der Antidiskriminierungsarbeit schwer erkennbar ist (ebd., S. 17). Algorithmen legen beispielsweise fest, welche Angebote Nutzer*innen angezeigt werden oder dass in Online-Formularen ausschließlich die binären Geschlechtskategorien „weiblich“ und „männlich“ wählbar sind (ebd., S. 24).

Weitere – wenn auch bisher wenige – Studien untersuchten Themen der algorithmischen Diskriminierung (siehe u. a. Orwat 2019, Spiecker/Towfigh 2023). So nahmen Hannak und Kolleg*innen (2014) das Nutzungsverhalten von Personen im Online-Handel und seine Auswirkungen auf algorithmusbasierte Produkt- und Preisangebote diskriminierungskritisch in den Blick. Die Studienergebnisse zeigen, dass personalisierte Suchanfragen Auswirkungen auf die algorithmisch entwickelten Angebote haben, beispielsweise durch eine Vorauswahl der angezeigten Produkte oder die personalisierte Anpassung von Preisen. Dies geschieht häufig, ohne dass es für Nutzer*innen feststellbar ist (ebd.). Auch die zunehmende Verwendung Künstlicher Intelligenz durch Unternehmen des Online-Handels hat Auswirkungen auf Preisentwicklungen und Angebote für Kund*innen, beispielsweise in Abhängigkeit ihrer Wohnorte oder Herkunft (Fabris 2021, Lobe 2022).

Die Nutzung von Algorithmen soll nicht nur interne Prozesse beschleunigen, sondern auch externe Kommunikation und damit einhergehende Entscheidungsprozesse übernehmen, „die folgenreich die Lebenschancen und Persönlichkeitsentfaltung von Menschen betreffen“ (Orwat 2019). Daher sei die Verantwortungsübergabe von persönlichen Kund*innenberater*innen an Algorithmen kritisch (ebd.). Auch die Frage, inwieweit ein Bot antidiskriminierungsrechtlich belangbar ist, muss diskutiert werden, da dieser laut Urteil des Europäischen Parlaments keine Rechtspersönlichkeit sei (Lobe 2022). Die Betrachtung der rechtlichen Situation unter konkreter Berücksichtigung des AGG macht deutlich, dass Kund*innen eindeutiger und transparenter über potenzielle Diskriminierungen informiert werden müssen, da die Diskriminierung entlang einiger Merkmale bzw. aufgrund der Kategorienverwendung als Entscheidungsgrundlage rechtlich unklar oder zum Teil gar rechtmäßig sind, insofern eine datenschutzrechtliche Einwilligung bestätigt wurde (Orwat 2019). Insbesondere bei algorithmischer Diskriminierung sei es für die Online-Anbieter*innen durchaus möglich, eine diskriminierende Ungleichbehandlung zu rechtfertigen (Spiecker/Towfigh 2023). Es brauche die Implementierung staatlicher Kontrollinstanzen (ebd.).

Altersdiskriminierung beim Zugang zu privatwirtschaftlichen Versicherungen

Altersdiskriminierung kann sich sowohl gegen junge als auch ältere Menschen richten (ADS Bund 2025). Altersdiskriminierung tritt auf, wenn Menschen altersbedingt anders behandelt werden, zum Beispiel, wenn Menschen aufgrund ihres Alters keinen oder erschwerten Zugang zu bestimmten gesellschaftlichen Ressourcen, Teilbereichen und (Dienst-)Leistungen haben. Altersgrenzen können somit die gesellschaftliche Teilhabe in verschiedenen Bereichen einschränken (Igl 2009). Der sogenannte Ageismus (vom engl. ageism) zeigt sich in Einstellungen,

Verhaltensweisen, institutionellen Praktiken und Richtlinien (vgl. Bugental/Hehman 2007, Ayalon/Römer-Tesch 2018). Besonders ein hohes Alter zu haben, kann gesellschaftlich mit negativen Vorurteilen in Bezug auf körperliche und kognitive Leistungsfähigkeit, Gesundheit und körperliche Konstitution einhergehen.

So wird im Bereich von Versicherungs- und Kreditdienstleistungen immer wieder darauf verwiesen, dass ältere Menschen Schwierigkeiten haben, bestimmte Versicherungen abzuschließen, Kredite zu erhalten oder ihnen diese ganz verweigert werden (u. a. Igl 2009, Klein/Stahlmann 2019, Dorffmeister 2017, BMFSFJ 2010). Juristisch ist illegitime Ungleichbehandlung in diesen Lebensbereichen unter anderem im AGG festgelegt. Aber das AGG definiert auch legitime Ungleichbehandlungen aufgrund konkreter Merkmale. So heißt es insbesondere mit Blick auf privatwirtschaftliche Versicherungen in § 20 Abs. 2:

„(2) [...] Eine unterschiedliche Behandlung wegen der Religion, einer Behinderung, des Alters oder der sexuellen Identität ist im Falle des § 19 Abs. 1 Nr. 2 nur zulässig, wenn diese auf anerkannten Prinzipien risikoadäquater Kalkulation beruht, insbesondere auf einer versicherungsmathematisch ermittelten Risikobewertung unter Heranziehung statistischer Erhebungen.“

Entsprechend rechtfertigen privatwirtschaftliche Anbieter*innen von Dienstleistungen – wie im Bereich des Privatversicherungsschutzes – risikogruppenspezifische Prämien (z. B. Kostenaufschläge) mit dem Alter. Im Fall der Kfz-Haftpflichtversicherungen wird dies damit begründet, dass sich statistisch sowohl bei jüngeren als auch älteren Autofahrer*innen ein höheres Risiko nachweisen lasse (Armbrüster 2010, S. 23). Je weniger Versicherungsunternehmen dabei nach Gruppenzugehörigkeit statt nach individuellen Risiken differenzieren, desto

größer ist die Gefahr für einzelne Kund*innen, bei Vertragsabschlüssen benachteiligt zu werden. Durch die algorithmische Individualisierung und Intransparenz von Online-Vergleichsportalen lassen sich die Tarife zwischen Personen allerdings nicht adäquat vergleichen (Hänold 2019).

Da sich Versicherungen zur Prämienberechnung auf interne Daten stützen, die Betriebsgeheimnissen unterliegen, besteht ein Konflikt mit dem Interesse der Kund*innen, die Berechnungsgrundlagen für die eigene Tarifierung einsehen zu können, um eine mögliche Diskriminierung festzustellen und sich dagegen zur Wehr zu setzen. Die Sicherung von Unternehmensgeheimnissen wird allerdings gegenüber den Interessen der potenziell von Diskriminierung betroffenen Kund*innen priorisiert (Armbrüster 2010). Um dies auszugleichen, wird die Überprüfung der Berechnungen an neutrale, zur Verschwiegenheit verpflichtete Stellen übertragen (ebd.). Im Fall der Kfz-Haftpflichtversicherungen übernimmt dies die Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin).

Unabhängig von ihrer rechtlichen Legitimation kann die risikoadäquate Berechnung zu Prämien führen, die für ältere Menschen nicht bezahlbar sind und sie somit von gesellschaftlicher Teilhabe ausschließen (Hänold 2019). Altersdiskriminierung im Bereich der Kfz-Haftpflichtversicherungen ist rechtlich somit erlaubt, wird aber vor allem dann problematisch, wenn der Bezug auf das Alter nicht transparent erkennbar ist oder Kosten beim Erreichen einer bestimmten Altersgrenze abrupt ansteigen (Igl 2009). Platt und Witke (2021) argumentieren, dass die sogenannte risikoadäquate Kalkulation bei der Tarifierung in Abhängigkeit vom Alter nach § 20 Absatz 2 Satz 2 AGG nicht diskriminierend sei. Im Gegenteil betonen sie: „Die BaFin hat herausgefunden, dass die 63- bis 67-jährigen Versicherten durchschnittlich die geringsten Prämien aller

Altersgruppen zahlen – trotz bestimmter Alterszuschläge.“ (Ebd., S. 25) Das Alter sei aus Perspektive der Kfz-Versicherungen ein rein mathematisches Tarifmerkmal. Wer viele Jahre Autofahre, könne den Versicherungstarif durch andere Variablen wie die Schadenfreiheitsklasse oder die Kilometerklasse verringern (ebd.). Auch Verivox betont in einer Auswertung der eigenen Tarifangebote, dass eine höhere Schadenfreiheitsklasse die Altersaufschläge ausgleiche und im Endergebnis sogar zu Vergünstigungen führe (Feder 2024). Dabei ist anzumerken, dass die herangezogene Altersspanne nur bis zu einem Höchstalter von 64,2 Jahren reichte. Die Berechnung lässt somit offen, ob sich der dargestellte Trend zur Vergünstigung in höhere Altersgruppen umkehrt.

Diskriminierung nicht-binärer Menschen im Online-Handel

Bei Formularen im Bereich digitaler Waren und Dienstleistungen sind Abfragen zu personenbezogenen Daten notwendig. Bestandteil ist dabei oftmals die Abfrage zum Geschlecht der Person. Doch durch eine verpflichtende Abfrage des Geschlechts ergibt sich das Risiko einer Diskriminierung, da nicht-binäre Personen keine akkurate Wahlmöglichkeit haben. Mediale Öffentlichkeit erhielt die Problematik dank des Gerichtsprozesses gegen die Deutsche Bahn (Hofmann 2023). Die Ausgangslage ist hierbei geprägt durch den juristischen Erfolg von René_Rain Hornstein im Verfahren gegen die Deutsche Bahn (Gather 2021). In dem Verfahren ging es um das Online-Portal der Deutschen Bahn, welches lediglich die Geschlechtskategorien „Mann“ und „Frau“ vorsah. Da sich René_Rain Hornstein jedoch nicht mit diesen Kategorien identifiziert und dieser Zwang zum Misgendern eine belastende Diskriminierung darstellt, musste die Deutsche Bahn laut dem Urteil des Oberlandesgerichts Frankfurt am Main Schadensersatz zahlen und das Buchungssystem ändern. Die juristische Anerkennung von

Misgendern und dem Vertreten von Normen der Zweigeschlechtlichkeit (geschlechtlichen Binarität) als Diskriminierung hat zwar dazu geführt, dass immer mehr Empfehlungen und Hinweise entstanden sind, wie sprachlich richtig mit Geschlecht umgegangen werden kann, aber auf institutioneller Ebene noch nicht zu einer Anpassung der Datenmasken bei allen Unternehmen. Um eine Geschlechtsabfrage nichtdiskriminierend zu gestalten, müsse neben den binären Auswahlfeldern „männlich“ und „weiblich“ weitere Felder wie „nicht binär“, „kein Geschlecht“, „keine Angabe“ ebenso wie ein offenes Eingabefeld implementiert sein (Diethold 2023, S. 3).

Eine nicht-inklusive Abfrage kann trans, inter*, nicht-binäre oder agender Personen exkludieren. Die Hälfte der Betroffenen meiden Online-Dienstleistungen nach Diskriminierung (Beigang et al. 2021). Die sozialwissenschaftliche Forschung könne darauf hinweisen, allerdings seien die Diskriminierungsvorfälle teilweise juristisch gerechtfertigt (ebd., S. 44). Dies veranschaulicht der folgende Exkurs von René_Rain Hornscheid. Das Beispiel der Rechtsschutzversicherungen für nicht-binäre Menschen zeigt die unterschiedlichen Ebenen des Diskriminierungspotenzials für nicht-binäre Menschen in Bezug auf Online-Dienstleistungen: von der Ablehnung des Warenkaufs bzw. Vertragsabschluss über fehlende Angebote bzw. Produkte für Bedarfe nicht-binärer Personen bis hin zur fehlenden diskriminierungssensiblen Kund*innenkommunikation.

Exkurs: Rechtsschutzversicherungen für nicht-binäre Menschen – Hürden und Risiken

von René_Rain Hornstein

Rechtsschutzversicherungen sind Unternehmen in der Finanzbranche, die ein Produkt verkaufen. Dabei existieren für Menschen, die sich weder dem männlichen noch dem weiblichen Geschlecht vollständig zuordnen lassen, kurz nicht-binäre Menschen, verschiedene Hürden, die im Folgenden exemplarisch aufgezeigt werden sollen und die in anderen Wirtschaftsbereichen in vergleichbarer Weise auftreten.

Vor Abschluss der Versicherung stellt sich die Frage, ob die Rechtsbereiche, die durch die Versicherung abgedeckt werden, mögliche Fallkonstellationen beinhalten, die für eine nicht-binäre Person erwartbar sind. Dies kann beinhalten: Misgendering, Deadnaming und Fremd-Outing, geschlechtsbezogene Diskriminierungen im Gesundheitssystem (z. B. bei der juristischen Beschwerde gegen die Nichtübernahme von Transitionskosten), Bildungswesen, Arbeitsmarkt, Wohnungsmarkt und in der Wirtschaft, aber auch Fragen des Personenstandes, des Sorge- und Abstammungsrechts können infrage kommen.

Dabei ist es für juristische Lai*innen nicht unbedingt ersichtlich, ob die Versicherung die von ihr in den Allgemeinen Geschäftsbedingungen

(AGB) genannten Rechtsbereiche so auslegt, dass die Rechtsbereiche, die für nicht-binäre Menschen relevant sind, darin enthalten sind.¹ Es gibt also eine Unsicherheit in der Auslegung der AGBs dahingehend, ob die Versicherung in Zukunft Rechtsschutz für nicht-binäre Konstellationen bieten wird. Dies ist von einer einzelnen Person im Vorfeld des Vertragsabschlusses schlecht zu erfragen, weil die Versicherung die Frage als mögliche Klageabsicht interpretieren könnte und dann möglicherweise von einem Vertragsabschluss absieht. Auch ist für die Versicherung selbst fraglich, ob sie weiß, ob die von ihr genannten Kategorien diese Konstellationen abdecken. Aus dieser Unsicherheit erwächst ihr auch der Spielraum, die Kostendeckung für etwaige anfallende Verfahren abzulehnen.

Wie beim Zugang zu anderen Waren und Dienstleistungen in der Wirtschaft auch, kann es systematisch dazu kommen, von der Rechtsschutzversicherung selbst in sowohl personalisierter als auch automatisch generierter Unternehmenskommunikation mit der falschen Anrede angesprochen zu werden.² Im Austausch mit meiner eigenen Rechtsschutzversicherung wurde deutlich, dass meine Versicherung das Problem erkennt und beabsichtigt,

1 Wenn die Versicherung beispielsweise laut ihren AGBs Fälle im „Familienrecht“ abdeckt, sind dann personenstandsbezogene Verfahren auch darin enthalten?

2 Das Oberlandesgericht Frankfurt am Main verurteilte beispielsweise die DB Vertrieb GmbH dazu, die misgendernde Anrede einer nicht-binären Person im Rahmen der automatisierten Unternehmenskommunikation zu unterlassen (vgl. <https://tinrechtshilfe.de/2022/06/19/presse-meldung-oberlandesgericht-spricht-entschaedigung-wegen-perso-enlichkeitsrechtsverletzung-durch-die-deutsche-bahn-zu/>). Dieses Urteil ist mit einem Beschluss durch den Bundesgerichtshof mittlerweile rechtskräftig. Das heißt, auch Rechtsschutzversicherungen müssen fortan die misgendernde Anrede von nicht-binären Kund*innen unterlassen.

es abzustellen, sie mir aber gleichzeitig nicht garantieren konnte, mich fortan nicht mehr zu misgendern. Das heißt, ich wurde darauf eingestellt, in Zukunft weiterhin Briefe mit misgendernden Anreden zu erhalten.

Es ist denkbar, dass die AGBs einer Versicherung bestimmte Instanzen von der Kostendeckung ausschließen, z. B. nationale Verfassungsgerichte oder supranationale Gerichte. Mir liegen Erfahrungsberichte darüber vor, dass eine Versicherung die Kostendeckung für ein Revisionsverfahren vor dem Bundesgerichtshof mit Verweis auf diese Regelung nicht übernehmen wollte. Nach einem anwaltlichen Schreiben an die Versicherung mit Verweis darauf, dass der BGH kein nationales Verfassungsgericht sei, konnte die Kostendeckung jedoch sichergestellt werden.

Es liegen auch Erfahrungswerte dahingehend vor, dass eine Versicherung einer trans* Frau nach Eröffnung eines AGG-Verfahrens die Versicherung kündigte, ohne das Verfahren zu finanzieren. Inwiefern hier durch die Versicherung selbst eine geschlechtsbezogene Diskriminierung vorliegt, lässt sich schwer feststellen, ist jedoch denkbar.

Für die Zukunft wäre es wünschenswert, wenn auch die Rechtsschutzversicherungsbranche sich an geltendes Recht halten würde und ihre Unternehmenskommunikation nicht-binär-inklusiv gestalten würde. Außerdem wäre es schön, wenn die Versicherungen sich mit Informationen über ihren Leistungsumfang an trans* und nicht-binäre Personen richten würden, um hier Transparenz in der Versicherungswahl zu ermöglichen.

Testings zur Feststellung von Diskriminierung

Testings werden in der Praxis (z. B. in der Antidiskriminierungsberatung) genutzt, um Diskriminierungen sichtbar zu machen. Mittlerweile werden Testings in vielen nationalen Kontexten und in diversen Lebensbereichen wie dem Zugang zu Gaststätten und Diskotheken, zum Wohnungsmarkt, Arbeitsmarkt sowie weiteren Bereichen genutzt (Klose/Kühn 2010, Kinsky 2017). Die von der Antidiskriminierungsstelle des Bundes in Auftrag gegebene Expertise „Die Anwendbarkeit von Testingverfahren im Rahmen der Beweislast, § 22 Allgemeines Gleichbehandlungsgesetz“ (Klose/Kühn 2010) erläutert einerseits die rechtliche Durchsetzbarkeit in den von Diskriminierung betroffenen Bereichen, legt andererseits Möglichkeiten zur wissenschaftlichen Durchführung dar. Testingverfahren werden auch in der angewandten Diskriminierungsforschung als methodischer bzw. experimenteller Ansatz eingesetzt (u. a. Tjaden et al. 2018), v. a. um Diskriminierungen gegen Minderheiten auf dem Wohnungs- oder Arbeitsmarkt aufzuzeigen (Staubach et al. 2008, Mazziotta et al. 2015, Müller 2015, Auspurg et al. 2019).

In der Antidiskriminierungsberatungsarbeit sind Testings eine Möglichkeit der Sichtbarmachung von institutioneller Diskriminierung, zur gesellschaftlichen Sensibilisierung sowie zur Rechtsdurchsetzung. Beispielsweise können Testings im Kontext von Einlasskontrollen in Diskotheken eingesetzt werden, um potenziell rassistische Entscheidungen sichtbar zu machen und letztendlich auch, um Testingergebnisse als Rechtsgrundlage im Rahmen einer strategischen Prozessführung zu verwenden (z. B. Kinsky 2017). In einem Testing, das 2011 in einer Diskothek durchgeführt wurde, haben zwei durch Alter, Auftreten und Kleidungsstil vergleichbare Gruppen versucht, dieselbe Diskothek zu betreten. Die Gruppe mit migrantischen

Personen ist abgewiesen worden, während die andere Gruppe den Zutritt gewährt bekam (ebd., S. 74). Daraufhin folgte zunächst eine außergerichtliche Auseinandersetzung mit den Verantwortlichen sowie später eine Klage auf Schadensersatz (ebd., S. 76). Das Ziel der Testings im Rahmen der Antidiskriminierungsberatungsarbeit liegt somit im Abbau diskriminierender Praktiken, wofür die Beweissicherung mithilfe des Testings von Relevanz ist (ebd., S. 73).

Ob die Befunde vor Gericht nach einem zeit- und ressourcenaufwendigen Testing bei Klageverfahren und strategischer Prozessführung aus Betroffenenperspektive erfolgreich verlaufen, lässt sich nach der Einschätzung von Wulf und Spielkamp (2022) bisher nur im Kontext des Wohnungsmarkts bestätigen. Allerdings bieten Testings eine fundierte Grundlage für öffentlichkeitswirksame Statements.

In wissenschaftlichen Kontexten wird das Verfahren nicht zur Beweisführung verwendet, sondern zur Untersuchung von Diskriminierung. Während in der Antidiskriminierungsberatungsarbeit der Großteil der durchgeführten Testings analog (schriftlich, telefonisch oder face-to-face) durchgeführt wurden (Staubach et al. 2008), verwenden aktuelle wissenschaftlich angewandte Studien zunehmend auch digitale Tools. Die Nutzung von technischen Hilfsmitteln wie Bots ermöglicht einen größeren Fallumfang mit variierten Parametern.

Eine methodische Erprobung des Testingverfahrens bei Online-Dienstleistungen ist die Untersuchung von Fabris und Kolleg*innen (2021). In der quantitativen Untersuchung sind auf einem Vergleichsportal für Kfz-Versicherungen über einen Zeitraum von 17 Tagen täglich etwa 200 Anfragen nach Geschlecht, Geburtsort, Alter, Wohnort, Auto, gefahrene Kilometer und Schadenfreiheitsklasse randomisiert variiert worden,

um Preisschwankungen im Testingsample herausarbeiten zu können. Auffällig waren insbesondere die altersbedingten Schwankungen. Darüber hinaus werden diskriminierende Preiserhöhungen bei italienischen Kfz-Versicherungen aufgrund der Merkmale Geburtsort und Geschlecht festgestellt (ebd.).

Die Anwendung von Testingverfahren bzw. experimentellen Designs in der angewandten Diskriminierungsforschung ist auch im digitalen Raum vielversprechend: Je digitalisierter das Testingdesign umgesetzt werden kann, desto ressourcenschonender ist das Verfahren für die Forschung (Wulf/Spielkamp 2022), aber auch für die untersuchten Unternehmen oder Personen (vgl. Kühn/Liebscher/Klose 2013). Die Automatisierung stellt allerdings neue forschungsethische Fragen, die Zschirnt (2019) in einem Paper untersucht. Bedenklich sei die Tatsache, dass die Testings zumeist ohne Einwilligung der Teilnehmenden durchgeführt werden. Da die Forschenden ihr reales Interesse am Untersuchungsgegenstand „Diskriminierung“ bzw. an potenziell diskriminierenden Abläufen und Verhaltensweisen nicht im Vorhinein teilen, handele es sich um eine Täuschung der Beforschten. Nichtsdestotrotz sei es notwendig, die Praxis der Testings unter der Einhaltung ethischer Grundsätze durchzuführen, weil es unethisch sei, Diskriminierung nicht zu untersuchen (ebd.). Klose und Kühn weisen zudem darauf hin, dass Testings Abläufe des Unternehmens nicht stören oder irritieren dürfen und keinen erhöhten Mehraufwand ohne vorherige Einwilligung für Mitarbeitende erzeugen darf (Kühn/Liebscher/Klose 2013, Klose/Kühn 2010).

Diskriminierung bei KFZ-Versicherungen

– Modulstudie 1

Selbstorganisationen, die sich für die Belange älterer Menschen und gegen Altersdiskriminierung einsetzen, weisen darauf hin, dass ältere Menschen immer wieder mit sehr hohen Versicherungstarifen konfrontiert werden und diesen Fakt oft als Diskriminierung wahrnehmen³. Im Rahmen dieser Studie erfolgte eine systematische Erfassung von privatwirtschaftlichen Versicherungsangeboten auf einem Online-Vergleichsportal. Dabei wurde die Tarifierung entlang der potenziell diskriminierungsrelevanten Kategorien Alter und Geschlecht untersucht. Es wurde untersucht, ob es bei der Tarifierung und Angebotsauswahl zu alters- oder geschlechtsbezogener Ungleichbehandlung kommt und wie verbreitet diese gegebenenfalls ist. Des Weiteren wurden in Modulstudie 1 die Bedeutung der Diskriminierungserfahrungen für ältere Menschen sowie die Auswirkungen und deren Bewältigungsstrategien fokussiert. Ziel war es auch, feldspezifische Hürden für den Abbau des Diskriminierungsrisikos bzw. die Legitimationsnarrative für Diskriminierung seitens der Versicherungsbranche zu beleuchten.

Methodik

Auswahl des Versicherungsprodukts

Für die vorliegende Studie wurden zunächst verschiedene Versicherungsprodukte, die auf Vergleichsportalen angeboten werden, auf ihre

Eignung und Relevanz für eine wissenschaftliche Testingstudie der Diskriminierungsforschung geprüft. Wichtige Kriterien für die Auswahl waren:

- Relevanz hinsichtlich potenziell stattfindender Diskriminierung
- Abfrage und Einbezug von diskriminierungsrechtlich geschützten Merkmalen bei Angebotserstellung
- methodische Möglichkeit, mittels fiktiver personenbezogener Daten große Datenmengen abzurufen (z. B. personalisierte Versicherungsangebote)
- Vermeidung eines unverhältnismäßigen Mehraufwands für Mitarbeitende von Versicherungsunternehmen (z. B. durch Verkaufsgespräche)

Nach der Prüfung unterschiedlicher Versicherungsangebote fiel die Wahl auf Kfz-Haftpflichtversicherungen, da es bei diesen möglich ist, die für Tarifangebote notwendigen Angaben frei zu variieren und so eine Vielzahl an verschiedenen Versicherungsangeboten für Kfz-Haftpflichtversicherungen zu erhalten, ohne reale personenbezogene Daten herauszugeben und ohne einen Mehraufwand für Mitarbeitende zu produzieren. Hinzu kommt die hohe Relevanz für viele Menschen, da es sich bei der

³ Siehe u. a. Büro gegen Altersdiskriminierung: <https://www.altersdiskriminierung.de/themen/index.php?thema=12>, Bundesverband Graue Panther: <https://www.bundesverband-graue-panther.de/altersdiskriminierung-durch-kfz-versicherung/>

Kfz-Haftpflichtversicherung um eine Pflichtversicherung für KFZ-Halter*innen handelt. Für viele ältere Menschen ist sie ausschlaggebend für ihre Mobilität und gesellschaftliche Teilhabe.

durch die empirische Datenerhebung bestätigen lässt: *Das Geschlecht hat keinen Einfluss auf die Tarifhöhe.*

Forschungsfragen

- 1) Zentrale Frage in Bezug auf altersbezogene Ungleichbehandlung war es zu untersuchen, ob Unterschiede in den Tarifhöhen für Kfz-Haftpflichtversicherungen zwischen bestimmten Altersgruppen bestehen. Konkret als Hypothese formuliert: *Unterschiedliche Altersgruppen unterscheiden sich signifikant in der Tarifhöhe der Angebote.*
- 2) Ein weiteres Merkmal, das in versicherungsmathematischen Berechnungen eine große Rolle spielt, ist die Schadenfreiheitsklasse (SF).⁴ Aus diesem Grund wurde der Einfluss der Schadenfreiheitsklasse auf die Tarifhöhe empirisch überprüft: *Unterschiedliche Schadenfreiheitsklassen unterscheiden sich signifikant in der Tarifhöhe der Angebote.*
- 3) Für die diskriminierungskritische Analyse zum Einfluss des Alters interessierte die Frage nach der Kombination beider Faktoren (Alter und Schadenfreiheitsklasse): Hat die Schadenfreiheitsklasse einen Effekt innerhalb verschiedener Altersgruppen auf die Tarifhöhe und umgekehrt? Hat das Alter einen Einfluss auf die Tarifhöhen innerhalb einer Schadenfreiheitsklasse? *Besteht eine signifikante Interaktion beider Faktoren?*
- 4) Im Rahmen dieser diskriminierungskritischen Studie wurde ebenfalls überprüft, ob sich die Gleichbehandlung der (binären) Geschlechter

Konzeption des Testings

Grundidee des Konzepts war es, die Abfragen bei KFZ-Haftpflichtversicherungstarifen nach Altersklassen zu differenzieren und über ein Vergleichsportal eine große Anzahl von Abfragen durchzuführen. Für die Generierung von Versicherungsangeboten über das gewählte Onlinevergleichsportal ist für jede fiktive anfragende Person die Eingabe von insgesamt 44 Variablen nötig. Um ein valides Testingkonzept zu entwickeln, wurde anhand von Literaturrecherchen und Expertise-Gesprächen mit Personen aus der Versicherungswirtschaft sowie anschließenden Vortests geprüft, welche dieser Variablen einen messbaren Einfluss auf den Tarif haben und welche nicht. Darauf aufbauend wurde bestimmt, welche Variablen bei der Erhebung systematisch variiert, randomisiert oder konstant gehalten werden sollten.

Nach den Expertise-Gesprächen und Recherchen konnten folgende Faktoren als Haupteinflussfaktoren auf die Tarife spezifiziert werden: Alter, Schadenfreiheitsklasse, Wohnort, Fahrzeugtyp/Modell und jährliche Fahrleistung. Diese Variablen ließen sich durch Vortests überprüfen und ergänzen. Zunächst wurden die Felder überprüft, die direkte Auswirkungen auf den Tarif haben, im nächsten Schritt dann festgelegt, welche der 44 abgefragten Kategorien variiert werden und welche konstant bleiben konnten (siehe Tabelle 1).

⁴ Dieser Wert ist an die Dauer des unfallfreien Fahrens gebunden und wird zur Beurteilung des individuellen Schadensrisikos Versicherter herangezogen. Mit steigender Schadenfreiheitsklasse bieten Versicherungen Rabatte auf die angebotenen Tarife an. Die Versicherungsunternehmen stellen Tabellen zur Verfügung, aus denen ersichtlich wird, wie hoch der prozentuale Rabatt ist, den man mit unterschiedlichen Schadenfreiheitsklassen erhält. Allerdings weisen die gewährten Rabatte je nach Versicherungsunternehmen deutliche Unterschiede auf, sodass je nach Schadenfreiheitsklasse sehr unterschiedliche Tarife angeboten werden.

Variable	Festlegung	Angabe
Alter	randomisiert innerhalb Altersgruppen	3 Gruppen mit 10 Jahren Differenz: 25–35 Jahre – Alter: niedrig 45–55 Jahre – Alter: mittel 65–75 Jahre – Alter: hoch
Führerscheinalter	randomisiert in Relation zum Alter	innerhalb der gewählten Altersgruppe erfolgt Randomisierung in einer Spanne von 8 Jahren
Schadenfreiheitsklasse (SF)	gezielt variieren	3 Gruppen SF 1 SF 8 SF 21
Wohnort	konstant	Wohnort in Stadt in Thüringen
Fahrzeugmodell	konstant	Ford Fiesta 2014
Jährliche Fahrleistung	konstant	6000 km
Geschlecht	gezielt variieren	binäre Angabe gleichmäßig aufgeteilt

Tabelle 1: Übersicht der Variablen zum Abruf der Versicherungsangebote für KFZ-Haftpflichtversicherungen

Alter

Die Variable wurde in drei Gruppen unterteilt, um eine Vergleichbarkeit zwischen verschiedenen Altersgruppen zu gewährleisten und eine gleichmäßige Verteilung zu erreichen:

- jung (25–35)
- mittel (45–55)
- hoch (65–75)

Die Entscheidung für ein Mindestalter von 25 Jahren in der jungen Kategorie wurde getroffen, da das Alter den Vergleich einer ‚mittleren‘ Schadenfreiheitsklasse (SF 8) zwischen den Altersgruppen ermöglicht. Ergänzend dazu sind Tarife für Fahrer*innen unter 25 Jahren oft deutlich höher und Versicherungen haben oft Sonderkonditionen, die den Tarif stark beeinflussen. Eine Vergleichbarkeit mit den anderen Gruppen wäre dann schwieriger.

Die mittlere Altersgruppe orientierte sich an dem Alter, bei dem die Tarife bei ersten Vortests am

niedrigsten waren. Die Altersspanne der ‚hohen Altersgruppe‘ wurde aufgrund der Annahme gewählt, dass die Tarife ab einem Alter von ungefähr 65 Jahren sprunghaft steigen. In allen Gruppen wurden die Geburtsdaten innerhalb der Altersspannen der 10 Jahre randomisiert.

Alter bei Führerscheinwerb

Das Alter, in dem Personen einen Führerschein erwerben, hat laut Expert*innen keine direkte Auswirkung auf den KFZ-Haftpflichttarif. Um jedoch eine möglichst realistische Abfrage für den Algorithmus zu erstellen, war es wichtig, dass das Alter bei Führerscheinwerb zu dem Alter der Person passt. Um die Glaubwürdigkeit der Abfragen zu gewährleisten, wurde auch das Alter bei Führerscheinwerb randomisiert. Da eine einfache Randomisierung der Variablen „Alter“ und „Alter bei Führerscheinwerb“ zu Kombinationen führt, die in der Realität nicht möglich sind, und um fehlerhafte Angaben und Abbrüche der automatisierten Abfragen zu vermeiden, wurde das Alter bei Führerscheinwerb wie folgt berechnet:

In jeder Altersgruppe wurde der Medianwert der Geburtsjahre mit dem Wert +23 Jahre addiert. Um diesen Wert wurde dann jeweils eine Spanne von +/- 4 Jahren randomisiert berechnet.

Beispiel für die Altersgruppe „Jung“ (Geburtsjahre 1988–1998):

1993 + 23 = 2016 +/- 4 = 2012 (min.) bis 2020 (max.) = 19 Jahre (min.) bis 27 Jahre (max.)

Mit dieser Rechnung fielen die Fehler und Abbrüche im Vortest sehr gering aus und es konnte gewährleistet werden, dass die Personen-Vignetten bei den fiktiven Abfragen ein realitätsnahes Alter bei Führerscheinerwerb aufweisen.

Schadenfreiheitsklassen

Die Auswahl und Unterteilung der Schadenfreiheitsklasse wurden auf Grundlage der höchstmöglichen Vergleichbarkeit zwischen den verschiedenen Altersgruppen getroffen. SF8 ist die höchste Schadenfreiheitsklasse, die man mit 25 Jahren erreichen kann, wenn die Person ihren Führerschein mit 17 Jahren gemacht hat. Damit funktioniert diese Schadenfreiheitsklasse auch für die Altersgruppe „niedrig“.

Die maximal mögliche Schadenfreiheitsklasse wurde auf SF21 festgelegt, da dies die höchstmögliche Schadenfreiheitsklasse ist, die ab einem Alter von 45 Jahren erreicht werden kann. So ist eine Vergleichbarkeit zwischen den Altersgruppen „mittel“ und „hoch“ gegeben.⁵

Jährliche Fahrleistung

Für die Erhebung wurde eine jährliche Fahrleistung von 6000 km gewählt, da diese der durchschnittlichen Fahrleistung aller Altersgruppen am nächsten kommt. Da die Fahrleistung in keinem direkten Zusammenhang mit den durch das AGG geschützten Merkmalen steht, ist eine Variation der Variable für die vorliegende Studie nicht nötig.

Wohnort

Für den Wohnort zeigten Vortests, dass verschiedene Wohnorte signifikante Unterschiede bei den Tarifen zur Folge hatten (siehe auch Fabris et al. 2021). Um diesen Einfluss auf die Tarifangebote zu vermeiden, wurde der Wohnort als Stadt in Thüringen in der Erhebung konstant gehalten.

Fahrzeugmodell

Aus der Variation der Variable Fahrzeugmodell ergeben sich Unterschiede im Tarif, die sich aus Risikofaktoren und Typenklasse sowie dem Alter des Autos zusammensetzen. Um auch in dieser Kategorie eine Reduktion der Komplexität sowie eine valide Messung zu gewährleisten, wurde auch die Kategorie Fahrzeugmodell konstant gehalten (Festlegung auf das gängige Modell eines Ford Fiesta des Baujahrs 2014 für die Abfragen).

Geschlecht

Die Variable Geschlecht wurde randomisiert. Es ist anzumerken, dass nur wenige Versicherungen neben den Optionen „Herr“ und „Frau“ auch nicht-binäre Geschlechtsoptionen zulassen. Auf den untersuchten Vergleichsportalen wurden nur binäre Optionen angeboten.

⁵ Im Vortest wurde festgestellt, dass das Auswahlformular mögliche Fehler bei der Schadenfreiheitsklasse nur unzureichend einschränkt. Beispielsweise kann eine Person, die 25 Jahre alt ist, angeben, dass sie Schadenfreiheitsklasse 8 hat, obwohl sie ihren Führerschein erst mit 21 Jahren gemacht hat. Es konnte kein Effekt auf den Tarif festgestellt werden. Es gab jedoch auch bestimmte Kombinationen von Alter und Alter bei Führerscheinerwerb, die nur mögliche Schadenfreiheitsklassen mit einem Wert bis SF6 anzeigten. Während der Erhebung wurden diese Kombinationsfehler dokumentiert und am Ende geprüft, wie oft falsche Angaben gemacht wurden. Bei einem Fehler wurde der Durchlauf abgebrochen und ein neuer gestartet.

Weitere Auswahlfelder

Es gab zahlreiche weitere Felder mit einem möglichen Effekt auf die Tarifhöhe, zum Beispiel, ob es sich um ein Geschäftsfahrzeug handelt oder ob weitere Rabatte durch eine Auto-Club-Mitgliedschaft oder Beamtenstatus möglich wären. Diese anderen Rabatte und Optionen wurden in den Abfragen nicht angekreuzt. Weitere Felder, die zur Auswahl notwendig waren, wurden konstant gehalten (u. a. Familienstand: ledig, Nächtllicher Stellplatz: Straße). Als „ausgeübter Beruf“ wurde in den jüngeren Altersgruppen „Arbeitnehmer*in“ angegeben, in der ältesten Gruppe „Rentner*in“.

Durchführung der quantitativen Datenerhebung

Mithilfe einer Power-Analyse wurde berechnet, dass insgesamt 640 Abfragen mit je 80 Abfragen pro Variablenkombination durchgeführt werden müssen (siehe Tabelle 2). Das heißt, in jeder Altersgruppe erfolgten in Kombination mit der Schadenfreiheitsklasse je 80 Abfragen (außer Altersgruppe „Niedrig“ für SF 21).

In jeder Vergleichsgruppe wurde in der Auswahlmaske je 40mal „männlich“ und 40mal „weiblich“ ausgewählt.

Alle Eingaben und Optionen mussten bei jedem Durchlauf händisch im Vergleichsportal ausgewählt werden. Um diesen Schritt zu vereinfachen, wurde der Prozess mithilfe der KI-unterstützten Software UI Path teilweise automatisiert. Die Software wurde so programmiert, dass sie erkennt, welche Felder angeklickt werden und welche Eingaben in offene Felder eingetippt werden müssen. Die KI-Unterstützung ermöglichte

es, die Abfragen in kurzen Zeitintervallen von ca. 30 Sekunden durchzuführen. Die Tarifiergebnisse wurden anschließend in eine Excel-Datei übertragen.⁶

Die Randomisierung der Merkmalskombinationen (siehe Tabelle 2) erfolgte, indem per Zufallsgenerator eine zufällige Zeile im vorbereiteten Datensatz, der die möglichen Ausprägungen der Variablen enthielt, ausgewählt wurde. Die in dieser Zeile hinterlegten Variablen wurden als Eingaben übernommen. Zur besseren Veranschaulichung des Verfahrens ein Beispiel:

1. Zufallsgenerator gibt folgende Zahl aus: 140
Zeile 140 im Datensatz enthält folgende Personen-Vignette:
Altersgruppe: mittel (45–55),
Alter wird mit Ui Path randomisiert
Schadenfreiheitsklasse: 8
Geschlecht: männlich
2. Auswahl der gewählten Parameter in Ui Path → Abfrage über das Vergleichsportal → Ergebnisse werden in Excel-Datei übertragen
Die Abfrage erfolgt drei Mal, bevor eine neue Zahl im Zufallsgenerator ausgewählt wird.

⁶ Um zu verhindern, dass eine große Anzahl an Abfragen innerhalb kurzer Zeit durch Scriptblocker oder andere Schutzmechanismen des Vergleichsportals blockiert wurden oder zu falschen Ergebnissen führen, wurde die abgefragte Vergleichsgruppe nach drei Abfragen neu ausgewählt und die Frequenz der Abfragen reduziert. Insgesamt wurde der Abfragezeitraum auf einen Monat festgelegt, so dass pro Tag nur ca. 30 Abfragen durchgeführt wurden.

	Schadenfreiheitsklasse 1	Schadenfreiheitsklasse 8	Schadenfreiheitsklasse 21
Alter niedrig	80	80	-
Alter mittel	80	80	80
Alter hoch	80	80	80

Tabelle 2: Anzahl der Abfragen pro Vergleichsgruppe (nach Altersgruppe und Schadenfreiheitsklasse)

Interviews mit Vertreter*innen älterer Menschen und des Versicherungswesens

Zur Erfassung der Perspektiven älterer Menschen auf Kfz-Haftpflichtversicherungen sowie der Perspektive von Versicherungsanbieter*innen wurden qualitative Leitfadeninterviews geführt. Für Modulstudie 1 wurden zwei ältere Menschen, die sich für das Thema engagieren, und drei Personen aus der Versicherungswirtschaft befragt. In zwei Interviews mit Personen aus dem Versicherungswesen wurden Menschen in unterschiedlichen Institutionen und Funktionen befragt (Interviews VP1–3), um unterschiedliche Perspektiven auf das Thema der altersbedingten Tarifierung im Bereich der Kfz-Haftpflichtversicherungen einzubeziehen. Am zweiten Expertise-Interview nahmen zwei Personen aus dem Versicherungswesen teil (VP2 & 3), sodass drei Expert*innen befragt wurden: VP1 ist im direkten Kund*innenkontakt und Vertrieb eines Versicherungsunternehmens tätig. VP2 arbeitet als Leitung der Statistik beim Gesamtverband der deutschen Versicherungswirtschaft (GDV) und hat in dieser Funktion einen Überblick über die Erstellung der Jahresgemeinschaftsstatistik von Versicherungstarifen, die den einzelnen Versicherungen als Kalkulationsgrundlage ihrer Tarife dient. VP3 hat eine Leitungsfunktion für KFZ-Versicherungen beim Gesamtverband der deutschen Versicherungswirtschaft. Zusätzlich zu den Vertreter*innen der Versicherungswirtschaft wurde auch die BaFin einbezogen, welche

als Finanzaufsichtsbehörde des Bundes eine Kontrollfunktion übernimmt. Sie ist zuständig für die Prüfung der Berechnungen und die Veröffentlichung der Jahresgemeinschaftsstatistik. Von der BaFin liegt ein Antwortschreiben auf einen im Voraus zugesandten Fragebogen vor, der sich am Leitfaden für die Expertise-Interviews orientierte.

Die Interviews wurden aufgezeichnet, transkribiert und anonymisiert. Eine Interviewperson übergab dem Projektteam zudem ein Dokument, in dem sie eigene (Benachteiligungs-)Erfahrungen und Positionen im Kontext der Kfz-Haftpflichtversicherung festgehalten hatte. Dieses wurde für die Analyse der Betroffenenperspektive ergänzend herangezogen (Erfahrungsbericht ältere Person). Die Konzipierung der Leitfäden und die Auswertung der Interviews orientierten sich an der qualitativen Inhaltsanalyse (Mayring 2000; Mayring und Fenzl 2019). Die Codierung und Auswertung der anonymisierten Transkripte erfolgte mit der Software MaxQDA.

Für die Interviews wurden Leitfäden erarbeitet, die auf Zwischenergebnissen erster Vortests des Testingdesigns und erster Kooperationsgespräche (u. a. Expertise aus Antidiskriminierungsberatung) aufbauten. Die Leitfäden wurden entlang relevanter Kategorien gegliedert. Für die Interviews mit Selbstvertreter*innen älterer Menschen waren dies:

- Benachteiligungserfahrungen
- Konsequenzen und Belastungen
- Bewältigungsstrategien
- Unterschiede zwischen digitalen und analogen Dienstleistungen
- Bewertung der Benachteiligung

Der Abschnitt zur Bewertung der eigenen Benachteiligungserfahrungen enthielt neben Fragen zu der Wahrnehmung und Beurteilung der eigenen Erlebnisse auch Fragen zu Wünschen älterer Menschen hinsichtlich einer inklusiven, diskriminierungssensiblen Praxis im Onlinehandel sowie zu Lösungs- beziehungsweise Gestaltungsideen.

Der Leitfaden für die Interviews mit Versicherungsanbieter*innen wurde entlang folgender Kategorien konzipiert:

- Sensibilisierung bzw. Bewusstsein für Benachteiligung
- Herausforderungen und Legitimationsnarrative
- Präventions- und Lösungsansätze
- Unterschiede zwischen digitalen und analogen Dienstleistungen

Für die Codierung und Analyse der Interviews in MaxQDA wurden Codierleitfäden erarbeitet, die auf den für die Interviewführung erarbeiteten Kategoriensystemen aufbauen. Der so erarbeitete Codierleitfaden wurde im Verlauf der Analyse, wo nötig, durch induktive Codes ergänzt, die anschließend erneut auf das gesamte Datenmaterial angewandt wurden (vgl. Mayring/Fenzl 2019, S. 636 ff.).

Ergebnisse – Modulstudie 1

Statistische Auswertung

Insgesamt wurden 640 Abfrageergebnisse erhoben (Stichprobengröße $n = 640$).⁷ Im Folgenden werden entlang der Forschungsfragen bzw. -hypothesen die statistischen Ergebnisse – für eine breite Zielgruppe möglichst verständlich formuliert – beschrieben.

1) Unterschiedliche Altersgruppen, unterschiedliche Tariffhöhen?

Zunächst sollte die Frage untersucht werden, ob sich Unterschiede der Tariffhöhen von Kfz-Haftpflichtversicherungen zwischen den Altersgruppen zeigen. Dies wurde mithilfe varianzanalytischer Tests⁸ über die drei Altersgruppen hinweg überprüft. Die abhängige Variable war hierbei der Durchschnitt der 20 günstigsten Tarife des Vergleichsportals in Euro (deskriptive Werte siehe Tabelle 3). Die Abfragen für die Schadenfreiheitsklasse SF21 wurde von der Analyse ausgeschlossen, um die Vergleichbarkeit zwischen den

⁷ Die Altersgruppe „niedrig“ entsprach der Altersspanne von 25–35 Jahren ($M = 30.28$, $SD = 3.04$) mit $n = 160$. Die Anzahl der Abfragen war geringer als in den anderen Altersgruppen, da die Schadenfreiheitsklasse 21 in dieser Altersgruppe nicht verfügbar ist und nicht ausgewählt werden konnte. Die mittlere Altersgruppe entsprach der Altersspanne von 45 bis 55 Jahren mit $n = 240$ ($M = 50.59$, $SD = 3.27$). Die Altersspanne der hohen Altersgruppe belief sich auf 65 bis 75 Jahre mit $n = 240$ ($M = 70.36$, $SD = 3.21$). Wie oben beschrieben wurde das binäre Geschlecht gleichmäßig verteilt abgefragt: „männlich“ ($n = 320$) und „weiblich“ ($n = 320$). Bei den Schadenfreiheitsklassen ergab sich die Unterteilung (siehe Tabelle 2) SF1 ($n = 240$), SF8 ($n = 240$) und SF21 ($n = 160$).

⁸ Aufgrund fehlender Varianzhomogenität zwischen den Altersgruppen wurde der Welch-Test als nicht-parametrisches Äquivalent zur Varianzanalyse verwendet, Post-Games-Howell-Tests für Posthoc-Analysen.

Altersgruppen „niedrig“ und „hoch“ herzustellen, da für die Altersgruppe „niedrig“ nur Tarife für die Schadenfreiheitsklassen 1 und 8 angeboten werden (siehe Tabelle 2).

Es zeigt sich, dass signifikante Unterschiede der Tarifhöhen zwischen den Altersgruppen bestehen. Die statistische Auswertung macht deutlich, dass es einen signifikanten Unterschied zwischen den durchschnittlichen Mittelwerten der Top-20-Tarife gibt ($F[2,300.85] = 150.84$, $p < .001$). Die Posthoc-Tests (Vergleiche zwischen jeweils zwei Altersgruppen) ergaben einen signifikanten Unterschied zwischen den Altersgruppen „hoch“ und „niedrig“ (229.96 , 95 % CI [197.57 , 262.35]) sowie „hoch“ und „mittel“ ($p < .001$, 223.82 , 95 % CI [191.33 , 256.31]). Der Unterschied zwischen der niedrigen und mittleren Altersgruppe war nicht signifikant ($p = .76$, -6.13 , 95 % CI [-26.39 , 14.12]).

Altersgruppe	Durchschnittliche Tarifhöhe Top 20 in €	Standardabweichung in €
niedrig	389.55	76.00
mittel	395.18	77.57
hoch	619.00	156.00

Tabelle 3: Deskriptive Werte der durchschnittlichen Top-20-Angebote je Altersgruppe

Der hohe Tarifunterschied der „hohen“ Altersgruppe zu den anderen Altersgruppen lässt sich unter anderem dadurch erklären, dass in diesem Vergleich nur die Schadenfreiheitsklassen 1 und 8 miteinander verglichen wurden. Vor allem in den höheren Schadenfreiheitsklassen (z. B. SF 21) profitieren ältere Personen durch den prozentualen Rabatt im Vergleich zum höheren Grundbetrag etwas mehr. Dennoch zeigen die Ergebnisse, dass die Kfz-Haftpflichtversicherung

für ältere Personen bedeutend teurer ist, wenn sie nicht schon sehr lange unfallfrei fahren und eine hohe Schadenfreiheitsklasse haben.

Mögliche Ursachen dafür, dass die „niedrige“ Altersgruppe nur einen marginalen Mittelunterschied zur „mittleren“ Altersgruppe aufweist, könnten darin liegen, dass die Fahrer*innen im Alter von 25 bis 35 Jahren in der Risikokalkulation der Versicherungen schon nicht mehr zu den Hochrisikogruppen (z. B. junge Fahrer*innen) zählen und daher kaum teurer tarifiert werden als die anderen „mittleren“ Altersgruppen. Explorative Vortests haben gezeigt, dass bei Abfragen für die Altersgruppe unter 25 Jahren deutlich höhere Schwankungen auftreten und insgesamt sehr hohe Tarife von bis zu 1000 € pro Jahr erzielen. Diese Tarife sinken dann teilweise rapide, sobald das Alter der Testpersonen um 1–2 Jahre erhöht wird.

Zusammenhang zwischen Alter und Anzahl der Tarifangebote

Neben dem Durchschnitt der Top-20-Tarifangebote wurde auch die Anzahl der angebotenen Tarife pro Abfrage dokumentiert. Hier zeigte sich in den explorativen Analysen ein interessanter altersbezogener Befund, denn Alter war über alle Abfragen (ohne SF 21) negativ mit der Anzahl der Tarifangebote korreliert ($r = -.512$, $p > .001$). Das heißt: je höher das Alter, desto weniger Tarifangebote, ältere Menschen erhielten weniger KFZ-Versicherungsangebote. Eine Ursache hierfür dürfte die Risikokalkulation von Versicherungen ab dem 67. Lebensjahr sein, die dazu führt, dass generell weniger Versicherungen Angebote für ältere Menschen machen.

2) Unterschiedliche Schadenfreiheitsklassen, unterschiedliche Tarifhöhen?

Es wurde überprüft, ob unterschiedliche Schadenfreiheitsklassen – über alle Altersgruppen hinweg – unterschiedliche Tarifhöhe hervorbringen.

Schadenfreiheitsklasse (SF)	Durchschnittliche Tariffhöhe (Top 20-Angebote) in €	Standardabweichung in €
SF 1	553.36	146.10
SF 8	382.23	104.85
SF 21	284.75	70.65

Tabelle 4: Mittelwerte der Tariffhöhen nach Schadenfreiheitsklasse

Deskriptiv zeigt sich, dass sich alle Schadenfreiheitsklassen wie erwartet unterscheiden (siehe Tabelle 4). Es gibt einen deutlichen Unterschied der Durchschnittswerte für die Top-20-Tariffangebote je nach Schadenfreiheitsklasse. Außerdem zeigt sich, dass vor allem in der Schadenfreiheitsklasse 1 die Preise der angebotenen Tarife sehr stark schwanken. So ergibt sich in der Schadenfreiheitsklasse 1 ein Unterschied von 557 € zwischen dem günstigsten Tarif und dem teuersten Tarif. Alle hohen Werte stammen aus der Altersgruppe „hoch“, was im Zusammenhang mit den Ergebnissen der ersten Hypothese wenig überrascht. Die Ergebnisse offenbaren unter anderem auch, dass der prozentuale Rabatt bei höheren Schadenfreiheitsklassen abnimmt und vor allem die ersten Jahre unfallfreien Fahrens in der Tariffberechnung einen stark positiven Einfluss auf den Tarif haben.

Die statistische Überprüfung zeigt, dass signifikante Unterschiede zwischen den Mittelwerten der Top-20-Tarife in unterschiedlichen Schadenfreiheitsklassen bestehen ($F[2,420.92] = 305.36$, $p < .001$).⁹ Die Posthoc-Tests (Vergleiche zwischen jeweils zwei Schadenfreiheitsklassen) zeigten signifikante Unterschiede zwischen der Gruppe SF8 und SF1 (-171.23 , 95% CI $[-198.53, -143.93]$) sowie der Gruppe SF21 und SF8 (-97.38 , 95% CI $[-118.03, -76.74]$).

3) Kombiniertes Einfluss des Alters und der Schadenfreiheitsklasse auf Tariffhöhe

Nachdem nun sowohl der Einfluss des Alters als auch der Schadenfreiheitsklasse auf die Tariffhöhen nachgewiesen wurde, wurde überprüft, inwieweit sich die Kombination beider Faktoren auf die Tariffhöhe auswirkt.

Dafür wurde untersucht, ob unterschiedliche Ausprägungen des Alters (Altersgruppe „mittel“ und „hoch“) und der Schadenfreiheitsklasse (SF 1, 8 und 21) gemeinsam zu unterschiedlichen Werten der durchschnittlichen Top-20-Angebote führen – also ob eine Interaktion zwischen beiden Variablen besteht. In diese Analyse wurden nur die Altersgruppen „mittel“ und „hoch“ einbezogen, da nur für diese beiden Altersgruppen alle Schadenfreiheitsklassen (SF 1, 8 und 21) erhoben werden konnten. Die deskriptiven Werte sind in Tabelle 5 aufgelistet.

Durchschnittliche Tariffhöhe (Top 20-Angebote)	Altersgruppe „niedrig“ M(SD) in Euro	Altersgruppe „mittel“ M(SD) in Euro	Altersgruppe „hoch“ M(SD) in Euro
SF 1	459.56 (25.37)	470.23 (9.02)	730.29 (127.45)
SF 8	318.53 (31.77)	320.13 (24.91)	507.73 (87.56)
SF 21	—	226.45 (8.35)	343.04 (55.63)

Tabelle 5: Mittelwerte und Standardabweichung der Top-20-Tariffangebote nach Altersgruppe und Schadenfreiheitsklasse

Die Ergebnisse der entsprechenden Regressionsanalyse zeigen sowohl signifikante Haupteffekte als auch eine signifikante Interaktion, $F(5,474) = 549$, $p < 0.001$ (siehe Anhang 1). Eine statistische Interaktion bedeutet, dass die Tariffhöhe von beiden Variablen abhängt, der Altersgruppe und

⁹ Aufgrund fehlender Varianzhomogenität zwischen den Schadenfreiheitsklassen wurde der Welch-Test als nicht-parametrisches Äquivalent zur Varianzanalyse verwendet, Post-Games-Howell-Tests für Posthoc-Analysen.

der Schadenfreiheitsklasse. Um das Zusammenspiel genauer in Bezug auf den Effekt des Alters zu verstehen, wurden Simple-Slope-Analysen durchgeführt, d.h. der Unterschied zwischen den Altersgruppen wurde innerhalb der Schadenfreiheitsklasse untersucht (siehe Anhang 1). Es zeigte sich in allen Schadenfreiheitsklassen daselbe Muster: Ältere Menschen erhielten signifikant höhere Tarifangebote als jüngere Menschen (siehe Abbildung 1).

4) Geschlechtsunterschiede in der Tariffhöhe?

Es wurde untersucht, ob sich ein (binärer) Geschlechtsunterschied in den Tarifabfragen abzeichnete. Es zeigte sich kein signifikanter Unterschied zwischen männlichen und weiblichen Anfragenden für die Tariffhöhe der Top-20 Anfragen, auch nicht mit Blick auf die Anzahl der Tarifangebote (siehe Tabelle 6).

Geschlecht	Durchschnittliche Tariffhöhe Top 20 in €	Standardabweichung in €	Anzahl Tarifangebote	Standardabweichung
männlich (n = 320)	421.97	159.02	58.12	4.04
weiblich (n = 320)	422.02	158.29	58.18	4.14

Tabelle 6: Mittelwerte und Standardabweichung der Variablen „Mittelwert Top-20-Angebote“ und „Anzahl Tarifangebote“ für „männlich“ und „weiblich“

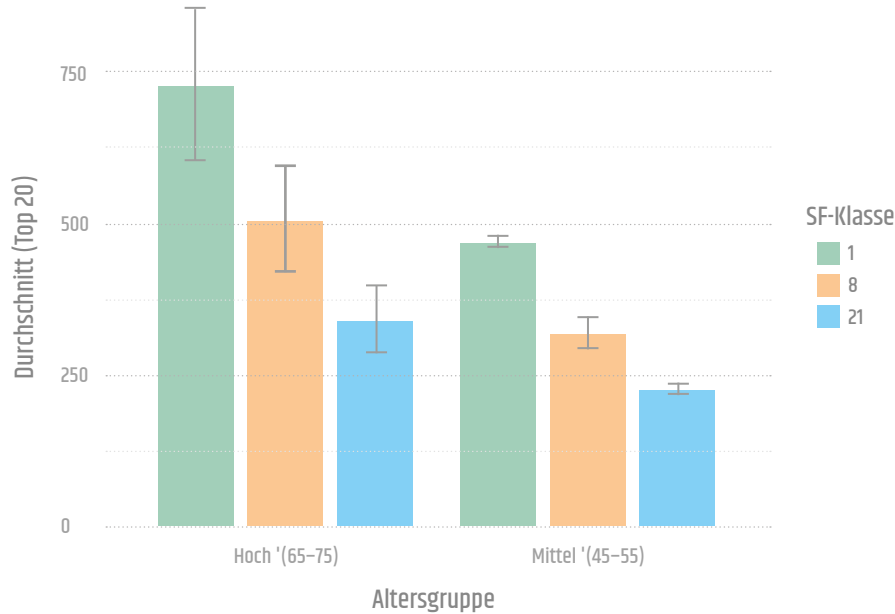


Abbildung 1: Mittelwerte der Top-20-Tarifangebote je Altersgruppe und Schadenfreiheitsklasse

Bemerkenswert ist jedoch, dass im Vergleichsportaal lediglich zwei Optionen für Geschlechtsangaben angeboten wurden.

Perspektive älterer Menschen auf Diskriminierung bei KFZ-Versicherungen

Die beiden Interviews mit älteren Menschen, die sich zum Thema engagieren, ermöglichen einen Überblick über Themen, die sie in diesem Bereich als relevant wahrnehmen, und Belastungen, die aus der Ungleichbehandlung beim Zugang zu privatwirtschaftlichen Versicherungen hervorgehen. Zudem beleuchten sie Bewältigungsstrategien und Bedarfe sowie Gestaltungsideen zum Abbau von Altersdiskriminierung in diesem Kontext.

Belastungen und Bewältigungsstrategien

Vorurteile gegenüber älteren Menschen im Straßenverkehr in medialen Debatten

Die Interviewten beschreiben die öffentliche Debatte um ältere Autofahrer*innen teilweise als stark von Vorurteilen geprägt. Die Berichterstattung zu einzelnen Verkehrsunfällen, an denen ältere Menschen beteiligt sind, empfinden sie als stereotyp und dramatisierend. Gleichzeitig erhalte diese Form der Berichterstattung übermäßige Aufmerksamkeit und führe zu polarisierenden Debatten über die Gefährdung der Verkehrssicherheit durch ältere Verkehrsteilnehmende, die nicht mit der realen Gefährdungslage übereinstimme. Verkehrsvergehen und -unfälle, die maßgeblich auf andere Alterskohorten zurückgingen, spitze man medial und im öffentlichen Diskurs nicht in derselben Weise zu.

„Man fragt sich aber, warum werden dann Einzelbeispiele so dramatisch und emotional hochgespielt und Senioren als Sündenböcke dargestellt.“ (Erfahrungsbericht ältere Person)

Mangelnde Kommunikation und Einordnung anstehender Tarifveränderungen

Die interviewten Versicherten schildern die Erfahrung, ohne vorherige Ankündigung altersbedingte Tarifierhöhungen für ihre Kfz-Haftpflichtversicherung zu erhalten. Dies nehmen sie als Diskriminierung wahr.

*„Dass ich als Senior diskriminiert werde, weil ich eben mehr Prämie zahlen muss.“
(Interview 1)*

Dabei betonen sie, dass diese Tarifierhöhungen ohne vorherige Information über die Praxis der altersbedingten Aufschläge vorgenommen worden seien und sich im dazugehörigen Bescheid keine Begründung der Erhöhung finde. Sie beschreiben, von der Existenz dieser Aufschläge erst durch eigene Recherchen nach Eingang der Prämienerrhöhung oder durch Zufall erfahren zu haben, etwa durch journalistische Beiträge zu Altersdiskriminierung oder durch die Nutzung von Onlinevergleichsportalen beim Versuch, die eigene Versicherung auf jüngere Angehörige zu übertragen.

„Die lassen die Versicherungsnehmer im Unklaren, dass sie einen Zuschlag zur Prämie nehmen. Es ist ja auch nicht aus der Rechnung zu erkennen, dass da ein Zuschlag drauf ist.“ (Interview 1)

„Wir haben schon die Absicht irgendwann die Versicherung dann auch auf die Kinder zu übertragen, was ja möglich ist. [...] Und da musste ich dann feststellen, im vergangenen Jahr, dass eine Übertragung an meinen mittlerweile 43-jährigen Sohn für ihn den Vorteil hätte, dass er fast 300 Euro im Jahr weniger an Kfz-Haftpflichtversicherung zahlen müsste. [...] Ich habe alle Fahrzeugdaten und sonstigen relevanten Daten eingegeben und habe lediglich das Alter geändert und daraus ergab sich dann diese Differenz.“ (Interview 2)

Die interviewten Personen beschreiben vor allem die Tatsache der altersbedingten Erhöhung selbst als belastende Ungerechtigkeit, ebenso wie die mangelnde Kommunikation der Aufschläge seitens der Anbietenden. Dies wird durch Erfahrungen, dass betreffende Versicherungen die altersbedingten Aufschläge auch auf Nachfrage hin nicht erläutern oder diese sogar verleugnen, verschärft.

„Sie haben gesagt: Wir machen das nicht! Es gibt bei uns keine Alterszuschläge. Das war unisono überall so. Dann bekommt man irgendwann einen Brief vom Vorstand. So Gelaberbriefe. Und dann ist die Sache für mich schon erledigt.“

(Interview 1)

„Ich glaube, da würde ich auch irgendwie keine vernünftige Auskunft erhalten.“

(Interview 2)

Die älteren Versicherten schätzen ihre Möglichkeiten, durch einen Wechsel der Versicherung ein günstigeres Angebot zu erhalten als äußerst gering ein, da die Praxis der Altersaufschläge von allen Anbietenden genutzt werde und Unterschiede in den verfügbaren Angeboten gering seien. Sie geben daher an, angesichts der finanziellen Benachteiligung Informationen einzuholen, um in die Verhandlung mit ihrer bestehenden Versicherung zu gehen. Hierzu nutzen sie eigene Recherchen sowie soziale Ressourcen, etwa Personen mit Fachkenntnis aus ihrem persönlichen Umfeld. Diese zusätzlichen Informationen nutzen sie, um Verhandlungsdruck auf ihre Versicherung auszuüben. Dies schätzen sie als notwendig ein, da Möglichkeiten des Entgegenkommens der Versicherung – etwa zusätzliche Rabatte – von diesen nicht offengelegt oder sogar bestritten würden.

„Wir haben ja hier so ein Wohnmobil, umgebauten Kastenwagen. Und hier war es so,

dass ich anfangs einen exorbitant hohen Beitragssatz hatte, in der Haftpflichtversicherung. Da hatte ich einen Bekannten, der selbst Versicherungsfachmann ist, und da wurde mir von meiner Versicherung immer gesagt, da gäbe es keine Rabattierung. [...] Und das hat er bestritten. Der sagt, das wäre eigentlich auch bei den Fahrzeugmodellen der Fall. Daraufhin habe ich dann interveniert bei meiner Versicherung und habe auch mit Kündigung natürlich gedroht und siehe da, auf einmal wurde auch mir ein Rabatt eingeräumt, der dann den Beitragssatz fast halbiert hat. Das war also sehr deutlich. (Interview 2)

Die hohen Hürden, relevante Informationen zu erhalten, sowie die Notwendigkeit einer Eskalation des Konflikts, um Anpassung der Versicherungskonditionen zu erwirken, ordnen die älteren Versicherten zwar nicht als altersspezifische Probleme ein, jedoch als Probleme, die einen möglichen Ausgleich der Alterszuschläge verhindern. Intransparenz in der Kommunikation der Versicherungsbedingungen ist für sie daher mit einem starken Ungerechtigkeitsempfinden verbunden. Hinzu kommt der Eindruck, dass Versicherungstarife stark von der eigenen Fähigkeit abhängen, unfaire Tarifierung zu erkennen und einzuordnen.

Intransparenz bei der altersbezogenen Risikobewertung

Die Interviewpartner*innen bewerten eine Tarifierungslogik nach statistischen Risikoanalysen als grundsätzlich nachvollziehbar. Sie stellen allerdings infrage, ob eine Differenzierung nach Alter, wie sie aktuell praktiziert wird, gerechtfertigt ist. Es besteht eher der Eindruck, dass die Tarifierung weder ihrem individuellen Fahrverhalten noch dem statistischen Risiko ihrer Altersgruppe entspricht. Dies speist sich einerseits aus der Erfahrung heraus, trotz langer unfallfreier Fahrleistung Tarifierhöhungen zu

erhalten. Andererseits beziehen sie sich darauf, dass die von Versicherungen angeführten Statistiken zu Unfallrisiken ihrer Altersgruppe für sie aufgrund der Unzugänglichkeit der genutzten Berechnungsgrundlagen nicht nachvollziehbar sind. Die Interviewten schildern in der Konsequenz den zum Teil hochgradig aufwendigen Versuch, die von Versicherungen angesetzten Risikobewertungen über öffentlich zugängliche Informationen nachzuvollziehen. Hinzu kommt eine finanzielle Schwelle, da mittlerweile frei zugängliche amtliche Statistiken, z. B. zu Unfallschadenshöhen und Unfallhäufigkeiten in verschiedenen Altersgruppen, kostenpflichtig sind.

„Also einfache Strecke waren es über 100 Kilometer und haben von daher also einiges an Kilometern auf dem Buckel und das halt unfallfrei. Von daher wüsste ich jetzt nicht, wieso ich einen höheren Beitrag zahlen sollte als junge Leute oder jüngere Leute, die häufig viel weniger gefahren sind.“ (Interview 2)

„Für mich war ausschlaggebend, dass die Senioren ab 65 bis weit über 80 Jahren Alterszuschläge bezahlen müssen. Bei 65 Jahren sind das etwa 8% oder 10% und über 80 werden das über 100%. Es sind aber nicht nur die Senioren. Es werden aber auch immer vergessen die jungen KFZ-Halter bis 25 Jahre, die in den ersten Jahren, die an sehr hohe Beiträgen – das sind auch Zuschläge – auch da habe ich erst nachher, später erst festgestellt, dass das überhaupt nicht zu den Tabellen passt von den Unfällen und von den Schadensmeldungen der Versicherungen [...]“ (Interview 1)

„Das gleiche bei den Unterlagen der Versicherer. Das war ein Riesenproblem. Die nennt sich Gemeinschaftsstatistik, die erscheint eigentlich im November, Dezember, das heißt aus dem Vorjahr. Und somit kann man

also dann ganz spät erst darankommen. Und das sind Tabellenwerke, die haben weit über 1000 Tabellen und jede Tabelle hat acht verschiedene Spalten und man kann jetzt alles drehen, aber man darf kein Fehler machen. Sonst nutzt die ganze Arbeit nichts. [...] Das hat mich also auf jeden Fall mal Blut und Wasser gekostet.“ (Interview 1)

In beiden Interviews wird deutlich, dass es für Versicherte keine niedrighschwellige Möglichkeit gibt, die Berechnung eines Versicherungstarifs nachzuvollziehen. Gleichzeitig kommen sie auf Grundlage der ihnen verfügbaren Statistiken zu abweichenden Ergebnissen hinsichtlich des Unfallrisikos älterer Fahrer*innen. Die Interviewpartner*innen berichten zudem, dass ihnen vor allem nicht transparent gemacht wurde, welchen Einfluss ihr Alter und andere Faktoren auf den Tarif haben. Dies wird als Grund für Vertrauensverlust und Frustration angeführt.

Geringe Handlungsspielräume und Unterstützung für Versicherte bei Klärungsversuchen

Beide Interviews sowie eingeholte Expertisen von Antidiskriminierungsbüros verweisen auf die Wahrnehmung älterer KFZ-Haftpflichtversicherter, mit ihren Benachteiligungserfahrungen und ihrer Kritik an der Tarifierungspraxis der Versicherungen kaum zur Kenntnis genommen zu werden. Sie beklagen nicht nur, bei Klärungsversuchen von der jeweiligen Versicherung abgewiesen worden zu sein, sondern auch von anderen Stellen keine Unterstützung zu erhalten. Dies betrifft den Kontakt mit Kontrollinstanzen wie Ombudslenten oder BaFin sowie Ministerien und weitere Behörden, die von älteren Menschen in diesem Kontext als zuständig, jedoch unkooperativ oder desinteressiert wahrgenommen werden. Vor allem Interviewperson 1 betont die umfassenden Bemühungen, Informationen zu den Berechnungsgrundlagen der KFZ-Versicherungen zu erhalten und diesbezüglich diverse

Stellen einbezogen und mehrere Petitionen vorangetrieben zu haben. Engagierte Personen erhalten durch diese Erfahrungen den Eindruck, mit den verfügbaren Mitteln grundsätzlich keine Schlichtung erreichen zu können und im Fall einer Gegenwehr gegen erfahrene Diskriminierung keine Unterstützung zu erhalten. Dies führt zumindest bei einem Teil der Interviewten zum Eindruck einer politischen Einflussnahme der Versicherungswirtschaft auf die verantwortlichen Behörden und Kontrollorgane und damit verbunden zu einem geringen Vertrauen in politische Institutionen und Repräsentant*innen.

„Ich hatte mich beschwert gehabt bei den Versicherungsleuten. [...] Und dann kriegen die: Oh, wir können nichts für Sie tun. Da habe ich, glaube ich drei Mal die Mitteilung.“ (Interview 1)

„Ich weiß gar nicht wie viele Begründungen ich geschrieben habe. Wenn Sie wüssten. Ich sehe gerade Petitionsausschuss. Es gibt ja einen wissenschaftlichen Dienst im Bundestag, der soll die Abgeordneten beraten. Und diese Burschen haben genau die Worte des GDV übernommen – oder der BaFin besser gesagt. Und haben den Versicherungen dadurch einen Freibrief gemacht. Bei der Politik ist es genau das Gleiche.“ (Interview 1)

„Ich finde, da haben wir Bürger auch ein Recht darauf, dass die verantwortlichen Politiker auch zu solchen Themen mal Farbe bekennen und nicht immer aus Zeitgründen, nie Zeit haben, da mal Stellung zu beziehen. Das finde ich sehr ärgerlich und ich denke, das hat auch zur Verdrossenheit beigetragen.“ (Interview 2)

Auch zivilgesellschaftlich, etwa bei Sozial- und Verbraucherschutzverbänden sowie in den Medien nehmen ältere Menschen zu diesem

Thema ein geringes Interesse und entsprechend geringe Bereitschaft zur Unterstützung von Antidiskriminierungsbestrebungen wahr.

„Ich habe die Verbraucherschutzverbände informiert. Frau [X] aus [Großstadt 1]. Die hat mich gleich abgewimmelt.“ (Interview 1)

„Bei der Presse wie gesagt. Und das ist das, was mich wirklich enttäuscht hat. Jeden Politiker hacken die an, wenn die auch nur ein krummes Wort sagen oder schief gucken. Aber wenn es um 13 Millionen Verbraucher geht, dann interessiert es die überhaupt nicht.“ (Interview 2)

Die Erfahrung, die zur Verfügung stehenden Mittel zur Gegenwehr auszuschöpfen, ohne ein Ergebnis zu erzielen, wird als Quelle von Resignation und Frustration beschrieben. So erklären die Interviewten mehrfach, gegen die persönlich erfahrene Diskriminierung nichts ausrichten zu können. Dies wird auch laut der für die Studie eingeholten Expertisen aus der Antidiskriminierungsberatung von vielen zum Anlass genommen, die Benachteiligung hinzunehmen. Ein Aufrechterhalten der Gegenwehr wird in den Interviews maßgeblich nicht mit der Hoffnung verbunden, selbst bessere Versicherungskonditionen zu erhalten, sondern mit einem grundsätzlichen Wunsch nach Gerechtigkeit für alle älteren Menschen begründet.

Bedarfe und Gestaltungsideen älterer Menschen für Kontext KFZ-Haftpflichtversicherungen

Berücksichtigung der individuellen Fahrsicherheit, nicht der Zugehörigkeit zu Alterskohorte

Die Interviewpartner*innen erklären, dass eine gleichmäßige Verteilung der Beiträge auf alle Versicherten aus ihrer Sicht die fairste Regelung

wäre. Eine anschließende Anpassung der Tarife entlang des individuellen Unfallrisikos der Versicherten empfinden sie als grundsätzlich gerechtfertigt. Sie wünschen sich für diese Ausdifferenzierung der Tarife, dass Merkmale herangezogen werden, die auf das individuelle Unfallrisiko und die daran gebundenen Schadenshöhen der jeweiligen Versicherten verweisen, vor allem Schadenfreiheitsklasse, aber auch Fahrzeugtyp und andere risikorelevante Merkmale. Dabei argumentieren sie gegen die Tarifierung nach sozialen Gruppenzugehörigkeiten wie Alterskohorten. Diese empfinden sie als pauschale Vorverurteilung, die viele Personen zu Unrecht betreffe bzw. ohne darauf Einfluss zu haben.

Eine Versicherung ist ja immer eine Gemeinschaft. [...] Und ich denke, dann müssen ja die Beiträge für alle gleich sein. [...] Sie haben innerhalb der Versicherung immer noch die Rabattierung. Das heißt, sie werden ja belohnt dafür, wenn sie wie viele Jahre unfallfrei fahren. Das heißt, derjenige, der viele Schäden verursacht, wird schon durch den Wegfall seiner Rabatte und dergleichen und die Anpassung der Prämie, wird das ja schon wieder ausgeglichen letztendlich.“ (Interview 2)

„Wenn die Unfälle und die Unfallschäden und die Unfallprämie dazu passt - kein Problem, gar kein Problem. Aber einen Zuschlag zu machen... Ich darf mich ja nicht als Einzelperson sehen. Ich sehe ja meine Kohorte. Wenn meine Kohorte mehr bezahlen muss wie die anderen da vorne, dann geht das nicht. [...] Man macht ja auch so Gedankenspiele. Ich habe mal ausgerechnet, wie viel kostet die Versicherung durchschnittlich jeder Schaden? [...] Wenn man jeden damit belastet, dann wird alles bezahlt.“ (Interview 1)

Transparenz durch Zugriff auf Berechnungsgrundlagen

Die interviewten KFZ-Haftpflichtversicherten wollen über die Zusammensetzung ihres Tarifs und die darin enthaltenen Altersaufschläge verständlich und niedrigschwellig informiert werden. Sie fordern konkrete Informationen über die Erhebung von Alterszuschlägen bei jedem Vertragsabschluss. Kommt es zu Prämienanpassungen, möchten sie darüber informiert werden, wie die neuen Tarifbedingungen zusammengesetzt sind und welche Zuschläge gegebenenfalls hinzugekommen sind. Hintergrund dessen ist der Wunsch, ihre individuellen Tarifbedingungen und -zusammensetzung nachzuvollziehen und eigenständig überprüfen zu können.

„[Dass] Transparenz hergestellt wird. Dass es quasi auch als politisches Thema wahrgenommen, ernst genommen wird und erklärt wird, wie die Versicherungsbedingungen zu Stande kommen.“ (Interview 2)

Sie wünschen sich ein gesetzlich verankertes Auskunftsrecht, um Zugang zu den hierzu notwendigen Daten zu erhalten, insbesondere zu den Berechnungsgrundlagen für die von Versicherungen vorgenommenen Risikokalkulationen. Diese Daten sollten in einer Form bereitgestellt werden, die auch für Nicht-Expert*innen verständlich ist. Bezogen auf die Formulierung im AGG wird vorgeschlagen:

„Gesetzlich klarzustellen, dass in der Kraftfahrzeugversicherung eine unterschiedliche Behandlung wegen Alters nur dann zulässig sei, wenn die versicherungsmathematisch ermittelte Risikobewertung unter Heranziehung statistischer Erhebungen für den Verbraucher nachvollziehbar dargestellt werde und die Nachweise öffentlich zugänglich seien.“ (Erfahrungsbericht ältere Person)

Darüber hinaus wünschen ältere Menschen sich Unterstützung durch öffentliche Stellen, wenn sie auf eine mögliche Ungleichbehandlung aufmerksam werden. Diese müssten beispielsweise auf Beschwerden der Versicherten hin aktiv werden und mit Aufsichts- und Kontrollbefugnissen ausgestattet sein.

Mehr Aufmerksamkeit für das Thema Altersdiskriminierung

Die interviewten älteren Menschen wünschen sich eine bessere Sensibilisierung der Öffentlichkeit über das Thema Altersdiskriminierung. Dabei wollen sie nicht nur Aufmerksamkeit auf die Diskriminierung aufgrund eines hohen Alters, sondern auch auf Diskriminierung junger Menschen aufmerksam machen. Der Wunsch, diskriminierungsrelevantes Wissen bereitzustellen und auf bestehende Ungerechtigkeiten hinzuweisen, zeigt sich auch in ihren Versuchen, sich an das private Umfeld, an Medien oder an Antidiskriminierungsberatungsstellen zu wenden – und nicht zuletzt durch die Teilnahme an der Studie –, um von ihren Erfahrungen zu berichten.

Einerseits erhoffen sie sich auf diesem Weg eine Anerkennung ihrer Erfahrungen, andererseits auch einen wachsenden öffentlichen Druck auf Privatwirtschaft und Politik, sich für den Abbau von Altersdiskriminierung einzusetzen. Des Weiteren möchten sie andere potenziell von Diskriminierung Betroffenen auf mögliche Ungerechtigkeiten aufmerksam machen und ihnen die Möglichkeit geben, diese zu erkennen und sich dagegen zur Wehr zu setzen.

*„[Ich] hatte gehofft, dass mir mal jemand sagt, dass man mir glaubt.“
(Interview 1)*

*„Dass auch die Politik darauf drängt, dass es gemacht wird und nicht sagt: Ist nicht mein Bier, ist nicht in meiner Zuständigkeit.“
(Interview 2)*

Begründungen für die Ungleichbehandlung aus Versicherungsperspektive

Im Folgenden werden Begründungsnarrative fokussiert, welche aus den Interviews mit Personen aus dem Versicherungswesen herausgearbeitet wurden.

Die Differenzierung nach Alter gewährleistet eine faire Verteilung der Kosten

Die Interviewten bestätigen, dass bei der statistischen Risikobewertung und der daraus abgeleiteten Tarifierung eine Differenzierung entlang des Alters vorgenommen wird; dass es also im Rahmen der statistischen Risikobewertung zu einer Ungleichbehandlung entlang des Alters kommt. Dies wird damit begründet, dass nur so eine risikoadäquate und damit gerechte Tarifierung über die Gesamtheit der Versicherten hinweg ermöglicht werden kann.

„Also wir sprechen ja auch nicht von Diskriminierung, sondern von Differenzierung natürlich, weil diskriminieren hat ja immer so einen negativen Touch. Wir differenzieren und wie gesagt, dort ist der größte Abschlag zu verzeichnen und man hat praktisch in der Kraftfahrzeug-Haftpflicht so eine Wannenfunktion letztlich, wenn man die Zu- und Abschlüsse betrachtet. Also bei jüngeren Altersklassen hat man natürlich auch Zuschläge bei den Altersgruppen und die Mittleren, da hat man dann Abschlüsse und bei den höheren Altersgruppen hat man wiederum Zuschläge.“ (VP2)

Jungen Personen wird zunächst ein Risikozuschlag berechnet, der mit zunehmendem Alter abnimmt, bis er ab dem höheren Alter wieder ansteigt. Dies wird damit begründet, dass ein solcher Risikozuschlag den tatsächlichen Unfallrisiken entspreche, die von den Versicherungen erhoben würden. Ein Verzicht auf die

Differenzierung entlang des Alters gehe damit einher, Altersgruppen mit einem statistisch geringeren Unfallrisiko unverhältnismäßig zu belasten. Dies bewerten die Interviewten als zu vermeidende Ungerechtigkeit, der eine höhere Tarifierung älterer Menschen vorzuziehen sei.

„Sie (die Versicherungen, Anm. d. Verf.) differenzieren entsprechend des Risikos und das ist auch vernünftig, weil wenn ich nicht entsprechend dem Risiko differenzieren würde und eine Durchschnittsprämie nehmen würde, dann würde ich ja andere diskriminieren in der Tat.“ (VP2)

Die Interviewten erklären, dass verschiedene Merkmale zur Risikokalkulation für die einzelnen Altersgruppen herangezogen würden. Eine genaue Gewichtung der einzelnen herangezogenen Merkmale wurde dabei nicht erläutert. Auch unterschieden sich die Aussagen zu den Merkmalen, die primär für die Risikokalkulation herangezogen werden. Während die BaFin als Begründung der Alterszuschläge in ihrem Schreiben angibt, dass Schadenshäufigkeiten und daran gebundene Schadenbedarfe mit dem Alter ansteigen, weisen zwei Interviewpartner*innen darauf hin, dass als maßgebliches Merkmal die Unfallhäufigkeit herangezogen werde. Diese fließe noch vor der Schadenshöhe ein.

„Wir haben uns das natürlich schon mal angeschaut, die (KFZ-Haftpflichtversicherungstarife, Anm. d. Verf.) sind im Wesentlichen häufigkeitsgetrieben. Also der Durchschnitt, der hat zwar auch einen Einfluss, also die Schadenhöhe, aber im Wesentlichen sind die Merkmale oder sind die Statistiken häufigkeitsgetrieben, im Wesentlichen.“ (VP2)

„Also man bezieht sich dann quasi auf statistische Daten, mit welchen Altersgruppen vermehrt Unfälle passieren und das ist besonders halt gerade bei jungen Leuten, bei

Fahranfängern so. [...] Ab 18 bis, ich sage mal, 25 machen sehr viele Versicherer erst mal diese Beitragszuschläge und ab dem Zeitpunkt ist dann quasi kein Beitragszuschlag prozentual mehr hinterlegt. Das ist dann ein paar Jahre so und dann irgendwann beginnen Versicherer dann wieder diesen Beitragszuschlag hinzunehmen, und zwar eben bei älteren Personengruppen, weil dann auch wieder die Unfallhäufigkeit steigt aufgrund des Alters, aufgrund von gesundheitlichen Beschwerden, Aufmerksamkeitsdefiziten und dergleichen. Und das ist halt ähnlich, auch aufgrund statistischer Erfahrung.“ (VP1)

Erhalt der Wirtschaftlichkeit und des Versicherungsmarktes

Darüber hinaus verweisen die Interviewten zur Begründung der Altersdifferenzierung auf Logiken der freien Marktwirtschaft. So seien Versicherungsunternehmen darauf angewiesen, so zu wirtschaften, dass sie genügend Einnahmen generieren, um für die Abdeckung der eingehenden Schäden und damit die Erfüllung bestehender Verträge aufkommen zu können. Die Altersdifferenzierung entspreche in diesem Kontext einer Tarifierung entlang individueller Merkmale. Aufgrund des wirtschaftlichen Wettbewerbs unter Versicherungsunternehmen, die ihre Tarife auf Basis der Risikokalkulationen selbst festlegen, sei es für Endverbraucher*innen trotzdem möglich, zwischen verschiedenen Angeboten zu wählen. Die Möglichkeit, hierbei ein passendes bzw. günstiges Angebot zu wählen, sei gegeben.

Die Altersdifferenzierung gewährleiste, dass Versicherungsunternehmen nachhaltig wirtschaften könnten und ein breit gefächertes Versicherungsangebot erhalten bleibe.

„Die KFZ-Versicherer sind halt Wirtschaftsunternehmen und die müssen letztendlich kalkulieren. Zumindest so, dass das reinkommt,

was quasi ausbezahlt wird. Und da gibt es halt verschiedene Möglichkeiten [...] Eine Möglichkeit ist eben die Alterseinordnung.“ (VP1)

Inwiefern die Altersdifferenzierung in dieser Hinsicht existenziell notwendig ist oder ob sie nur eine von mehreren Optionen darstellt, die wirtschaftlich nachhaltige Arbeit der Versicherungsunternehmen zu sichern, schätzen die Interviewten unterschiedlich ein. So verweist die Interviewperson des GDV mit Bezug auf die Altersdifferenzierung darauf, dass diese zur Existenzsicherung der Unternehmen nötig sei. Die Interviewperson aus dem Vertrieb und Kund*innenkontakt rahmt die Altersdifferenzierung stärker als Entscheidung für eine der möglichen Lösungen, wobei sich die Altersgrenzen, ab denen Aufschläge zu zahlen seien, ihrer Wahrnehmung nach in den letzten Jahren weiter verschoben hätten.

„Weil der Versicherer letztlich die Leistungen komplett in irgendeiner Form einsammeln muss, um sie verteilen zu können, weil er sonst Konkurs ginge.“ (VP2)

„[...] das ist eines der Mittel, was die Versicherer vor vielen Jahren gefunden haben und verschärft haben und was aber in dem Sinne halt natürlich Ältere, meines Erachtens wirklich bestätigterweise, diskriminiert. (VP1)

Betroffene haben die Möglichkeit, ihre Tarife zu beeinflussen

Die Interviewten bewerten die Auswirkungen der Altersdifferenzierung auf reale Tarife als relativ gering. Dies begründen sie mit einem Verweis auf die Möglichkeit einzelner Versicherungskund*innen, die Altersaufschläge durch die Anpassung anderer Merkmale auszugleichen. Zum Teil ergebe sich dies insbesondere bei älteren Personen – sofern sie seit langer Zeit unfallfrei fahren – bereits automatisch durch

eine steigende Schadenfreiheitsklasse. Darüber hinaus sei es Kund*innen durch eine aktive Auseinandersetzung mit den Tarifbedingungen und durch ein gezieltes Anpassen der entsprechenden Merkmale möglich, einen entsprechend vergünstigten Tarif zu erreichen.

„Der Versicherungsnehmer hat natürlich einige Merkmale selbst in der Hand. [...] Die Typklasse zum Beispiel kann er sehr gut beeinflussen. Also was kaufe ich mir für ein Auto? Da kann man natürlich vorher mal schauen. Ist das eine günstige Typklasse oder ist das keine günstige Typklasse? Also in diesem Bereich hat man natürlich Einflussmöglichkeiten.“ (VP2)

„Man kann dann eben die anderen Merkmale anpassen, wie die Fahrleistungen. Man kann überprüfen, ob eben der Versicherungsschutz noch so notwendig ist, wie er aktuell gestaltet ist, Leistung herausnehmen, andere Leistungen hinzunehmen, die jetzt relevanter geworden sind. Also man muss auf die anderen Positionen abgesehen vom Alter schauen, um den Kunden dann irgendwo entgegenzukommen, um da den Preis zu senken. An der Altersspirale kann im Prinzip der Vermittler an sich nicht drehen. Das ist eine feste Maßgabe, die der Kunde nicht ändern kann, sein Alter und die jeder Versicherer vorgibt. Also man muss halt wirklich auf die anderen Merkmale schauen.“ (VP1)

Dieser Ausgleich wird von den einzelnen Interviewten als unterschiedlich wirkungsvoll und zugänglich bewertet.

„Weil die (ältere Personen, Anm. D. Verf.) dann natürlich einen höheren Abschlag für die Schadenfreiheitsklasse bekommen im Durchschnitt. Und das zeigt sich dann also auch in dieser sogenannten Jahresgemeinschaftsstatistik der BaFin. Das ist nämlich das

Ergebnis der Jahresgemeinschaftsstatistik. Da hat man diese etwas flachere Kurve und da sieht man dann, dass tatsächlich die 73- bis 74-Jährigen noch völlig im Durchschnitt liegen, zum Beispiel. Also mit anderen Worten, die bezahlen nicht mehr als der Durchschnitt, sondern die bezahlen im Schnitt so viel wie der Durchschnitt.“ (VP2)

Interviewperson 1 (VP1) weist ergänzend auf die Schwierigkeit für Kund*innen hin, zu beurteilen, wie sich einzelne Angaben auf ihre jeweiligen Tarife auswirken. In diesem Kontext könne eine fachkundige Beratung bei der Wahl der passenden Versicherungsbedingungen einen großen Unterschied machen, um den günstigsten Tarif zu finden. Die zunehmende Nutzung von Onlineangeboten für den Vertragsabschluss, bei der kein direkter Beratungskontakt besteht, schätzt VP1 als mögliche Verschärfung dieser Schwierigkeit ein.

Als zusätzliche Möglichkeit, Tarifangebote für ältere Menschen zu optimieren, weist VP1 darauf hin, dass auch Versicherungen auf ältere Menschen zugehen könnten, indem sie Angebote entwickeln, die besser auf die Bedürfnisse der älteren Fahrer*innen abgestimmt sind.

„Es müssten halt maßgeschneiderte Tarife vielleicht von den Versicherungen konzipiert werden, die wirklich für ältere Personen gedacht sind. Also viele Kfz-Versicherer haben – sage ich mal – ganz sture Einordnungen. Also meinetwegen 6000, 9000, 12 000 Kilometer. Jetzt vielleicht ein Rentner, der braucht vielleicht nur noch mal für seine Einkäufe 500 Kilometer im Jahr. Das würde natürlich das Risiko eines Versicherers minimieren und würde natürlich den Beitrag auch senken und damit eben beiden irgendwo zugutekommen. Das ist zum Beispiel ein Mittel, um die Tarife noch flexibler zu gestalten, noch individueller zu ermöglichen.“ (VP1)

Die aktuelle Praxis entspricht geltendem Recht

Die Interviewten weisen darauf hin, dass die bestehenden Risikokalkulationen und Tarifierungen dem geltenden Recht, insbesondere auch dem AGG entsprechen. Eine ungerechtfertigte Tarifierungspraxis und insbesondere eine Diskriminierung finde daher nicht statt. Dies sei durch unabhängige Prüfungen der BaFin bestätigt worden.

„Und vielleicht da noch ein Hinweis diesbezüglich, dass die Versicherer das tatsächlich so machen, weil sie dürfen es nur so machen. Sie müssen sich ja wegen des Allgemeinen Gleichbehandlungsgesetzes tatsächlich orientieren an risikogerechter Kalkulation. Also da können Sie keinen Nasenfaktor oder sowas machen, das ist verboten. Und das hat die BaFin auch geprüft. Das war ungefähr im Jahr 2019, 2018, wenn ich das richtig in Erinnerung habe. Und das Ergebnis hat die BaFin auf ihrer Homepage veröffentlicht.“ (VP2)

Das AGG § 20, Abs. 2, Nr. 2 schreibt eine Ungleichbehandlung nicht vor, benennt aber zulässige Ausnahmen vom Ungleichbehandlungsverbot. Dies umfasst explizit auch die unterschiedliche Behandlung aufgrund des Alters durch privatwirtschaftliche Versicherungen, wenn diese auf anerkannten Prinzipien risikoadäquater Kalkulation beruht.

Eine größere Transparenz ist aufgrund der Komplexität des Themas nicht möglich

Im Rahmen der Interviews wurde danach gefragt, wie die Personen aus dem Versicherungsbereich die Transparenz und Nachvollziehbarkeit der Tarifierung im Bereich der Kfz-Haftpflichtversicherungen beurteilen. Die Interviewten stimmten darin überein, dass die Risikokalkulationen sowie die darauf aufbauenden Tarifberechnungen aufgrund der vielen einzubeziehenden Faktoren sehr komplex seien. Die dahin

gehende Transparenz und Nachvollziehbarkeit für Kund*innen wird hingegen unterschiedlich eingeschätzt – womöglich auch bedingt durch unterschiedliche Funktionen und die damit einhergehenden unterschiedlichen Perspektiven bzw. Fachkenntnisse. VP1, die Interviewperson aus dem direkten Kund*innenkontakt, schätzt die Nachvollziehbarkeit der Tarife ambivalent ein. Dies könne über gute Beratung teilweise ausgeglichen werden. Gleichzeitig räumt VP1 ein, dass die Berechnungsgrundlage auch für Vermittler*innen schwer verständlich aufgearbeitet sei, sodass eine exakte Aufschlüsselung über Beratungsgespräche allein nicht immer möglich sei.

„Es ist schon teilweise intransparent, auch für den Vermittler. Also, es gibt sogenannte Tarifbücher, die dann ungefähr 300–400 Seiten umfassen und die dann alles genau erklären mit Promillewerten. Das heißt, wo was wirklich nachlesbar ist, welches Auto, welches Alter, welche Fahrleistung, welche Region einen Einfluss hat. Wenn das schon für den Vermittler nicht transparent ist oder schwierig nachvollziehbar ist, dann ist das natürlich auch erst recht für den Privatkunden quasi schwer einsehbar.“ (VP1)

„Für viele ist es halt ein bisschen undurchsichtig und die orientieren sich an den Prozentsätzen, die aber im Prinzip ja einfach wirtschaftlich kalkuliert sind. Das Entscheidende eigentlich für den Konsumenten ist die Schadenfreiheitsklasse, um eine Vergleichbarkeit irgendwo zu haben. Und da habe ich schon sehr, sehr viele Gespräche geführt, dass es eben nicht ganz verstanden wurde von den Konsumenten und man irritiert eben dadurch war.“ (VP1)

Die Vertreter*innen der GDV verweisen darauf, die Tarifbedingungen seien anhand von Onlinevergleichsportalen oder Websites der

Versicherungsunternehmen leicht überprüfbar, sodass grundsätzlich eine gute Transparenz gegeben sei. Ein detailliertes Verständnis der Berechnungen sowie der veröffentlichten Ergebnisse und Statistiken sei für Lai*innen allerdings aufgrund der Komplexität der angewandten mathematischen Verfahren nicht erreichbar und wird als nicht notwendig beurteilt.

„Natürlich, warum die Ergebnisse so aussehen, wie sie aussehen, das, glaube ich, ist für einen Laien nur schwer nachzuvollziehen, weil das sind ja mathematisch-statistische Verfahren. [...] Deswegen glaube ich, wie soll ich es ausdrücken, Schuster bleib bei deinen Leisten. Wir werden ja auch nicht alle sozusagen Relativitätstheorie verstehen. Nichtsdestotrotz glaube ich, dass wir hier als Verband auf unserer Homepage, so wirkt sich das Alter auf die Kfz-Versicherung aus, hier durchaus einen guten Ansatz gefunden haben. Einen sehr guten Ansatz, glaube ich. Um transparent auch die Auswirkungen darzustellen, wie sich das Alter auf den Kfz-Beitrag auswirkt.“ (VP2)

Zusammenfassung der Ergebnisse – Altersdiskriminierung am Beispiel KFZ-Versicherungen

Die Studienergebnisse zeigen, dass das Alter einen deutlichen Einfluss auf die Höhe der Tarifangebote im Bereich der Kfz-Haftpflichtversicherungen hat: Ältere Versicherte sind mit Alterszuschlägen auf ihre Versicherungstarife konfrontiert. Darüber hinaus erhalten Versicherungsinteressierte mit steigendem Alter eine geringere Auswahl an Tarifangeboten, die ihnen – zumindest über das hier ausgewählte digitale Vergleichsportal – zur Verfügung gestellt werden (Forschungsfrage 1). Unterschiedliche Schadenfreiheitsklassen, als Indikator der unfallfreien Fahrzeit, wirken sich

positiv auf die durchschnittliche Höhe der angebotenen Tarife aus: Personen mit höherer Schadenfreiheitsklasse erhalten geringere Tarifhöhen in ihren Angeboten (Forschungsfrage 2). Jedoch zeigt sich deutlich, dass ältere Versicherte (65–75 Jahre) innerhalb der untersuchten Schadenfreiheitsklassen (SF 1, 8 und 21) immer signifikant höhere Tarifangebote bekommen als Personen mittleren Alters (45–55 Jahre). Dieser Unterschied nimmt zwar mit höherer Schadenfreiheitsklasse ab, ist aber auch in Schadenfreiheitsklasse 21 signifikant (siehe Abbildung 1, Forschungsfrage 3).

Es zeigte sich kein Unterschied in der Tarifhöhe für die binären Geschlechter „weiblich“ und „männlich“. Diskriminierungskritisch bleibt jedoch festzuhalten, dass es im Vergleichsportaal nur diese beiden Geschlechtsoptionen gab (siehe auch Modulstudie 2).

Die unterschiedlichen Tarifhöhen für unterschiedliche Altersgruppen ergeben sich aus Versicherungsperspektive aus den Verfahren der statistischen Risikokalkulation, anhand derer Versicherungsunternehmen das Unfall- bzw. Schadensrisiko der Versicherten bewerten. Dabei spielt neben der Schadenfreiheitsklasse auch das Alter eine große Rolle. Als Begründungen aus der Versicherungsbranche für den Altersbezug der Kfz-Haftpflichtversicherungen zeigen unsere Ergebnisse die Argumente der

- a)** fairen Verteilung der Kosten zwischen den Altersgruppen (v. a. zwischen Fahnranfänger*innen und älteren Menschen),
- b)** dem Erhalt der Wirtschaftlichkeit der Versicherungsunternehmen und
- c)** der Möglichkeit, dass ältere Versicherungsinteressierte ihre Tarife selbst beeinflussen können.

Die interviewten Versicherungsexpert*innen verweisen diesbezüglich auf diverse Möglichkeiten

des Kostenausgleichs für ältere Menschen. In der KFZ-Versicherungsbranche wird hierbei vor allem die ausgleichende Rabattierung durch eine hohe Schadenfreiheitsklasse immer wieder als Hauptargument genannt. Das ebenfalls in diese Argumentationsrichtung weisende Ergebnis im BaFin-Journal, dass 63- bis 67-jährige Versicherte trotz Alterszuschlägen im Vergleich durchschnittlich sogar die geringsten Prämien zahlen würden (Platt/Wittke 2021), kann zumindest mit dem in dieser Studie durchgeführten Altersvergleich (zwischen „mittel“ [45–55 Jahre] und „älter“ [65–75 Jahre]) nicht bestätigt werden. Die Studienergebnisse zeigen, dass eine hohe Schadenfreiheitsklasse sich zwar positiv auf die Tarifhöhe für ältere Versicherte auswirkt, sie also einen niedrigeren Tarif zahlen, wenn sie über viele Jahre hinweg unfallfrei fahren. Die Daten zeigen aber auch, dass trotz gleicher Schadenfreiheitsklasse Versicherte mittleren Alters immer niedrigere Tarife zahlen als Versicherte ab 65 Jahren. Nur Versicherte mittleren Alters mit der Schadenfreiheitsklasse 1 zahlen im Durchschnitt höhere oder ähnliche Tarife wie ältere Personen mit Schadenfreiheitsklasse 8 und 21 (siehe Abbildung 1).

Die interviewten Versicherungsexpert*innen verweisen auf andere Möglichkeiten der Tarifverringerung, etwa die Anpassung der Fahrzeugklasse oder der jährlichen Fahrzeugnutzung. Jedoch sind diese Anpassungen der Tarifbedingungen je nach verfügbaren Ressourcen und Anforderungen an den Alltag unterschiedlich gut zugänglich. Die Anpassung tarifrelevanter Faktoren ist zum Teil voraussetzungs-voll: So erfordert der Wechsel der Fahrzeugklasse die Anschaffung eines neuen Autos, was wiederum finanzielle Ressourcen voraussetzt. Inwiefern einzelne Versicherte von den Möglichkeiten des Tarifausgleichs Gebrauch machen können, ist somit von persönlichen Faktoren und Ressourcen abhängig. Zudem erfordert die Möglichkeit, Tarife durch die bewusste Variation relevanter

Faktoren auszugleichen, eine gute Kenntnis der Tarifierungslogik, die die älteren Interviewpartner*innen und zum Teil auch die interviewten Versicherungsexpert*innen als schwer nachvollziehbar beschreiben.

Seitens der Versicherungsexpert*innen wird zusätzlich auf die Möglichkeit des freien Marktes hingewiesen, alternative, günstigere Angebote zu suchen. Durch die kleinere Auswahl an Tarifangeboten stehen älteren Menschen jedoch auch in dieser Hinsicht im Vergleich zu anderen Altersgruppen weniger Möglichkeiten zur Verfügung, benachteiligende Angebote zu umgehen. Nicht zuletzt knüpft die Argumentationslogik, ältere Menschen könnten ihre Benachteiligung selbstständig ausgleichen, die potenzielle Diskriminierungsfreiheit an Bedingungen: Sie weist älteren Verbraucher*innen selbst die Verantwortung dafür zu, Diskriminierung aufgrund des Alters durch ihr Aktivwerden zu vermeiden, statt ihnen einen grundsätzlichen Schutz vor Benachteiligung zuzusprechen.

Liegt für Kfz-Haftpflichtversicherungen Diskriminierung aufgrund eines hohen Alters vor?

Die Beantwortung der Frage fällt je nach Definitionsebene von Diskriminierung unterschiedlich aus: Definition auf legislativer oder auf gesellschaftsnormativer Ebene (siehe Abschnitt „Diskriminierung als Forschungsgegenstand“). Die Begründung aus der KFZ-Versicherungsbranche, dass laut AGG keine Diskriminierung, verstanden als illegitime Ungleichbehandlung, von älteren Menschen in Bezug auf höhere Tarifangebote vorliege, ist korrekt. Genau für den Themenbereich der privatwirtschaftlichen Versicherungen benennt das AGG § 20, Abs. 2, Nr. 2, bemerkenswerterweise zulässige Ausnahmen des gesetzlichen Ungleichbehandlungsverbots. Dies umfasst explizit auch die unterschiedliche Behandlung aufgrund des Alters, wenn diese auf „anerkannten Prinzipien risikoadäquater

Kalkulation“ beruht. Welche anerkannten Prinzipien und welche risikoadäquaten Kalkulationen hier angewendet werden, bleibt den potenziellen Kund*innen jedoch weitestgehend unklar. Die Intransparenz der Berechnungsgrundlage nehmen die interviewten älteren Menschen als belastend wahr. Sie bemängeln die fehlende Kommunikation bei Nachfragen sowie die fehlende Nachvollziehbarkeit der tarifrelevanten Risikobewertung. Die geringe Transparenz der Tarifberechnung und die Schwierigkeit, die eigene Tarifierung anhand ihnen zugänglicher Daten überprüfen zu können, beschreiben sie als Grund für Vertrauensverlust in Versicherungsunternehmen und politische Institutionen. Dieser wird verstärkt durch erfahrene Rückschläge beim Versuch, Tarifänderungen durch Nachfragen zu verstehen bzw. sich gegen die Ungleichbehandlung aufgrund des Alters zu wehren. So beschreiben Betroffene den Eindruck, mit ihren Anliegen auf Desinteresse zu stoßen und auch von zuständigen Stellen keine angemessene Unterstützung zu erhalten. Die Nachvollziehbarkeit der Berechnungsgrundlage, welche versicherungsintern in bis zu hundertseitigen Tarifrüchern beschrieben wird, fehlt teilweise auch den Berater*innen in der Versicherungsbranche.

Zum Abbau der wahrgenommenen Diskriminierung auf gesetzlicher Ebene und der resultierenden Frustration, Resignation und des Vertrauensverlusts empfehlen die interviewten Vertreter*innen älterer Menschen **mehr Nachvollziehbarkeit der Berechnungsgrundlagen** und **mehr Kommunikation seitens der Versicherungsbranche in Bezug auf die Ankündigung sowie die Erklärung von altersbedingten Tarifänderungen**.

Dass durch ältere Versicherte in diesem Kontext Diskriminierung wahrgenommen wird, liegt daran, dass sich für sie die unterschiedlichen Tarifhöhen bzw. die Tarifierhöhung aufgrund ihres Alters eingliedert in generelle

Erfahrungen, die sie in der Gesellschaft machen: Ältere Menschen sind mit Vorurteilen, institutionellen Prozessen und Entscheidungen konfrontiert, welche auf einem abwertenden und defizitären Bild über Menschen mit einem hohen Alter in unserer Gesellschaft beruhen. Auf gesellschaftsnormativer Ebene, das heißt in Bezug auf gesellschaftliche Normalitäts- und Ungleichwertigkeitsvorstellungen, verstehen die interviewten Betroffenen die eigenen Erfahrungen mit ihrer Kfz-Haftpflichtversicherung durchaus auch als Frage der sozialen Gerechtigkeit und von Altersdiskriminierung in der Gesamtgesellschaft. Hier knüpfen auch Ergebnisse der Altersforschung an, spezifisch im Forschungsfeld zu Ageismus (vgl. Ayalon/Römer-Tesch 2018, Bugental/Hehman 2007). Mit der Frage, ob ältere Menschen automatisch aufgrund ihres Alters mehr Unfälle verantworten (dem sogenannten „old driver problem“), beschäftigte sich ausführlich und differenziert der OECD-Bericht „Aging and Transport“ (2001). Der Bericht zeigt mithilfe internationaler Daten, dass sich die Art der Unfälle älterer Menschen gegenüber jenen jüngerer Fahrer*innen unterscheidet. Sie sind öfter in Kollisionsunfälle als in Unfälle aufgrund hoher Geschwindigkeit oder risikoreichen Fahrstils involviert (ebd., S. 47). Dies ist mit Blick auf die entstehenden Kosten für Kfz-Haftpflichtversicherungen relevant. Letztendlich stellt der Bericht klar heraus, dass der tatsächliche Anstieg des Risikos für ältere Fahrer*innen als Gruppe krankheitsbedingt und nicht pauschal altersbedingt ist (ebd., S. 53).

Pauschale Vorurteile über die vermeintlich schlechtere Fahrtüchtigkeit gegenüber allen älteren Fahrer*innen und darauf aufgebaute Versicherungstarife sind demnach als diskriminierend zu bewerten. Höhere KFZ-Haftpflichtversicherungstarife aufgrund eines hohen Alters können letztendlich dazu beitragen, dass ältere Menschen weniger mobil sind, ihre Einsamkeit wächst, sie weniger gesellschaftlich teilhaben

und ihre demokratische Partizipation und Repräsentation sinkt.

Um diese Form der institutionellen Altersdiskriminierung abzubauen, müssten Versicherungsunternehmen den **Einfluss des Faktors Alter in ihren Tariffberechnungen minimieren bzw. komplett herausnehmen und die Berechnungen vor allem auf Grundlage der Schadenfreiheitsklasse beruhen lassen**. Das Argument, dass ältere Fahrer*innen in den Unfallstatistiken öfter auftauchen als Menschen mittleren Alters, bedarf laut OECD-Bericht einer differenzierteren Betrachtung und Interpretation. Für Deutschland sollte diese Frage eher mit einer Debatte über die Einführung medizinischer und gesundheitlicher Tests in Bezug auf die Fahrtüchtigkeit ab einem bestimmten Alter einhergehen. Um die Beteiligung von älteren Menschen in Unfälle – als Verantwortliche oder als Opfer – zu minimieren, besteht in vielen europäischen Ländern die Pflicht zu medizinischen Untersuchungen für die Führerschein-Erneuerung im höheren Alter (u. a. Tschechien, Italien, Finnland, Spanien).

Diskriminierung im Kund*innenkontakt

– Modulstudie 2

In Modulstudie 2 steht die Kommunikation mit Kund*innen im Bereich Onlinehandel mit Blick auf ihre Geschlechtsansprache sowie ihr Diskriminierungspotenzial im Fokus. Dabei werden sowohl standardisierte Formulare und Kommunikationsmittel (Formulare zur Registrierung eines Kund*innenkontos, automatisch generierte E-Mails) als auch Ansprachen im persönlichen Kund*innenkontakt untersucht.

Die Modulstudie verfolgt mehrere Erkenntnisinteressen:

- Sie untersucht das Diskriminierungspotenzial für nicht-binäre Menschen durch inkorrekte Geschlechtsansprachen im Onlinehandel. Dabei wird beleuchtet, wie verbreitet die Diskriminierung durch Misgendern¹⁰ im Onlinehandel ist, in welcher Form und bei welchen Aspekten des Onlineshoppings sie auftritt.
 - Sie untersucht die Bedeutung und die Auswirkungen der Diskriminierungserfahrungen nicht-binärer Menschen sowie deren Bewältigungsstrategien.
 - Praxisspezifische Hürden für den Abbau von Diskriminierung und Legitimationsnarrative für die stattfindende Diskriminierung werden beleuchtet.
- Die Anwendbarkeit der Methode des experimentellen Testings für die Diskriminierungsforschung in Kombination mit einem partizipativen Forschungsansatz wird im Kontext dieses bislang wenig genutzten, online zugänglichen Datenzugangs erprobt.

Partizipativer Ansatz der Modulstudie 2

Um eine möglichst große Nähe zur Lebensrealität der Menschen, die in den untersuchten Kontexten von Diskriminierung betroffen sind, zu gewährleisten, wurde in Modulstudie 2 ein partizipativer Forschungsansatz verfolgt. Partizipative Forschung beschränkt sich in ihrem Selbstverständnis nicht auf die Wissensproduktion, sondern verknüpft diese mit dem Ziel, positive Veränderungen anzustoßen (Hartung et al. 2014, Alisch 2021). Partizipation in der Forschung gewährleistet die „Beteiligung der Menschen, deren Leben unmittelbar von Inhalten und Ergebnissen der Forschung betroffen sind, an Entscheidungen im Forschungsprozess“ (Hartung et al. 2014, S.4). Sie ist vor allem in der Forschung mit vulnerablen Gruppen wichtig (Köppen et al. 2014) sowie in Bereichen, in denen Menschen von sozialen Ausschlüssen betroffen sind und mit ihrer Perspektive entsprechend nicht ausreichend berücksichtigt werden (Bergold/Thomas 2019). Im Bereich der Diskriminierungsforschung kommt ihr daher

¹⁰ „Misgendern“ bedeutet, dass eine Person auf eine Art und Weise angesprochen oder angeschrieben wird, die nicht zu ihrem Geschlecht passt. Das ist zum Beispiel der Fall, wenn unpassende Pronomen oder eine falsche Anrede genutzt werden.

eine besondere Relevanz zu. Dabei findet sie „ganz unwillkürlich innerhalb der feldspezifischen Macht- und Aushandlungskonflikte“ statt (ebd., S. 6) und setzt eine entsprechende Reflexion der (Macht-)Position aller Forschungsbeteiligten voraus. Dies schließt auch Fragen danach ein, wem und in welcher Form die Partizipation am Forschungsprojekt überhaupt möglich ist. Bergold und Thomas (2019) weisen darauf hin, dass insbesondere institutionelle Rahmenbedingungen die Partizipation fördern sowie die den Beteiligten zur Verfügung stehenden Ressourcen (u. a. zeitlich, finanziell) eine zentrale Rolle für das Gelingen partizipativer Forschungsvorhaben spielen.

In Modulstudie 2 wurden in unterschiedlichen Formaten Menschen, die mit der untersuchten Diskriminierung im Alltag konfrontiert sind, Interessensvertretungen und Selbstorganisationen eingebunden. Die Phase der Konzipierung des Forschungsdesigns fand partizipativ statt. Die Zusammenarbeit wurde durch eine vertraglich vereinbarte Kooperation zwischen dem Institut für Demokratie und Zivilgesellschaft (IDZ) und der Deutschen Gesellschaft für Trans- und Intergeschlechtlichkeit e. V. (dgti) formalisiert, in der die Rollen aller Projektbeteiligten und der Arbeitsumfang festgehalten wurden. Auf diesem Weg konnten zwei Community-Expert*innen für die langfristige Begleitung des Projekts gewonnen werden, um ihre umfangreichen Expertisen in den Bereichen Geschlechterforschung, Diversität, Rechte und Lebensrealität von TIN*-Personen¹¹ in den Forschungsprozess einzubringen.¹² Sie waren in die Konzipierung des Forschungsdesigns, in der gemeinsamen Interpretation der Testingdaten sowie in die Bewertung der erarbeiteten Typisierung eingebunden. Der Grad der Partizipation war somit über den Projekt-

verlauf unterschiedlich hoch. Während diese sich phasenweise auf Vorstufen der Partizipation wie Information, Anhörung und Einbeziehung (Hartung et al. 2014, S. 6) beschränkte, waren insbesondere während der Interpretation und Bewertung der Studienergebnisse die Mitbestimmung und Entscheidungsmacht der Community-Vertretungen ausschlaggebend.

Methodik

Auswahl der Onlineshops

Im Rahmen des Testings der geschlechtsbezogenen Ansprachen konnte die Online-Kommunikation von 98 Onlineshops untersucht werden. Für die Zusammenstellung der Stichprobe wurde ein Ranking der 100 umsatzstärksten Onlineshops im E-Commerce für Deutschland herangezogen (vgl. EHI/eCommerceDB 2023). Da zwei Unternehmen zum Erhebungszeitpunkt über keinen eigenen Onlineshop mehr verfügten, wurden diese von der Untersuchung ausgeschlossen. Primäres Ziel war ein explorativer Zugang in das Feld der digitalen Dienstleistungen und die Erprobung eines Testingverfahrens, mithilfe dessen weitere Studien umgesetzt werden können. Eine Zusammensetzung der Stichprobe, die für die Gesamtheit aller Onlineshops in Deutschland repräsentativ ist, wurde daher nicht angestrebt. Es kann aufgrund der breiten Marktabdeckung durch die untersuchten Unternehmen davon ausgegangen werden, dass diese über verschiedene Branchen hinweg Einblicke in einen Bereich des Onlineshoppings bieten, mit dem viele Menschen in Kontakt kommen, und daher für die Diskriminierungsforschung besonders relevant sind.

¹¹ TIN* steht als Abkürzung für Trans, Inter und Nicht-binär, der Asterisk (*) als stellvertretendes Symbol für weitere Selbstbezeichnungen.

¹² Wir danken an dieser Stelle Janboris Rätz und Jenny Wilken noch einmal herzlich für die Zusammenarbeit.

Studiendesign

Um die standardisierte, automatisierte Kommunikation zu untersuchen, wurden 98 Registrierungsformulare sowie 84 automatisch erstellte E-Mails zur Begrüßung von Neukund*innen erfasst. Zur Untersuchung der direkten Kommunikation ließen sich Screenshots von 91 Antwort-E-Mails aus dem Kund*innensupport erheben.

Um die Perspektive von Menschen zu untersuchen, die Diskriminierung durch binäre Geschlechteransprachen erleben, konnten zusätzlich vier qualitative Leitfadeninterviews mit nicht-binären Personen zu ihren Erfahrungen im Onlinehandel geführt werden.

Auch die Perspektive beteiligter Unternehmen sollte abgebildet werden, um Hürden für die Etablierung diskriminierungssensibler Kommunikation sowie feldspezifische Legitimationsnarrative herauszuarbeiten. Hierfür wurden Interviewanfragen an diverse, in der Stichprobe vertretene Unternehmen gestellt. In diesen wurde über die Studie informiert und das Anliegen formuliert, Chancen und Herausforderungen geschlechtsneutraler Kommunikation aus Unternehmensperspektive zu berücksichtigen. Auswahlkriterien waren die zu diesem Zeitpunkt vorliegenden Zwischenergebnisse zu Kommunikationsweisen der jeweiligen Unternehmen sowie deren Onlinepräsentation auf der Unternehmenswebsite. Kontaktiert wurden Unternehmen, die anhand der zu diesem Zeitpunkt bereits erhobenen Testingdaten durch besonders geringes oder hohes Diskriminierungspotenzial auffielen, um sowohl Gründe für das Fortführen diskriminierender Ansprachen als auch „best practice“-Beispiele abzubilden. Die Bereitschaft der Unternehmen zur Interviewteilnahme war gering. Es konnte nur ein qualitatives leitfadengestütztes Interview mit einem der untersuchten Unternehmen verwirklicht werden.

Konzeption des Testings

Standardisierte und automatisierte Kommunikation

Es wurden zunächst unterschiedliche Optionen für die Erfassung der Geschlechtsansprachen in der standardisierten Kommunikation recherchiert und für eine Anwendbarkeit im Testingverfahren überprüft (z. B. Online-Formulare, Kontakt-Formulare, Formulare zur Kontoerstellung, Lieferscheine). Das Testingverfahren sollte auf möglichst alle Onlineshops gleichermaßen anwendbar sein, um eine hohe Vergleichbarkeit der Daten zu erreichen und gängige bzw. obligatorische Routinen bei Einkäufen im Onlineraum abzubilden, bei denen es zu einer geschlechtsspezifischen Ansprache kommen kann. Dabei wurde aus forschungsethischen Gründen beachtet, dass durch die gewählte Methodik kein unverhältnismäßiger Arbeitsaufwand auf Seiten der Mitarbeitenden in den untersuchten Unternehmen entsteht. Zudem sollte bei allen Schritten der Datenschutz für alle an der Studie Beteiligten beachtet werden, also keine realen personenbezogenen Daten herausgegeben werden.

Für die Erfassung standardisierter und automatisierter Geschlechtsansprachen wurde die **Erstellung von Nutzer*innenkonten** fokussiert. Eine Kontoerstellung ist üblicherweise in allen Onlineshops möglich und stellt entweder einen obligatorischen oder optionalen, allerdings üblichen Bestandteil von Onlinebestellungen dar. Die Untersuchung des Registrierungsprozesses bietet die Möglichkeit, mehrere Aspekte der geschlechtsbezogenen Adressierungen beim Onlineshopping in den Blick zu nehmen. So ist zunächst der Aufbau des Registrierungsformulars inklusive der darin abgefragten geschlechtsbezogenen Daten von Interesse. Zudem werden bei diesem Schritt persönliche Daten beim Onlineshop hinterlegt, auf die für die spätere Kund*innenkommunikation zurückgegriffen wird, sodass die bei der Registrierung erfragten Angaben auch ausschlaggebend

dafür sind, ob es im Anschluss an die Registrierung zu diskriminierenden Ansprachen kommt. Um auch diesen Aspekt in der Untersuchung abzubilden, wurden zusätzlich zu den Registrierungsformularen **automatisch erstellte E-Mails** der Onlineshops untersucht, mit denen diese die Registrierung bestätigen und Neukund*innen begrüßen. Da es sich sowohl bei Registrierung als auch Versand dieser E-Mails um automatisierte Prozesse handelt, konnte der finanzielle und zeitliche Aufwand des Testings sowohl für das Projektteam als auch die untersuchten Unternehmen niedrig gehalten werden, was die Eignung für Testingzwecke erhöht. Während die Screenshots der Registrierungsformulare geeignet sind, zu prüfen, welche geschlechtsbezogenen Daten abgefragt werden und ob hierbei nicht-binäre Geschlechtsoptionen zur Verfügung stehen, können die automatisch erstellten E-Mails auf gendergerechte bzw.

diskriminierende Ansprachen hin untersucht werden.

Um sicherzustellen, dass alle Registrierungsformulare nach demselben Schema ausgefüllt werden, wurde für die Registrierung bei den Onlineshops eine Vignette für eine fiktive Person erstellt. Ziel war, das Ausfüllen der Formulare durch eine fiktive nicht-binäre Testingperson zu simulieren, um methodisch ungewollte Einflüsse von Drittvariablen auf die nach der Registrierung automatisch versandten E-Mails zu minimieren. Zur Erstellung der Vignette wurden zunächst die Registrierungsformulare mehrerer Onlineshops gesichtet, um einen Überblick über die darin abgefragten Merkmale und Antwortoptionen zu erhalten. Der Umfang der Datenabfragen innerhalb der Formulare war recht unterschiedlich. So enthielten einige Formulare nur wenige Abfragen, während andere umfassende

Personenvignette Registrierungsformulare

Privat/ Geschäftlich	Privatkunde	Geschäftskunde/Firmenkunde			
Ansprache	Herr	Frau	Firma	divers	k. A.
Geschlecht	m	w		d	k. A.
Vorname	Finn				
Nachname	Meierhoff				
Geburtsdatum	01.02.1995				
Land/ Nationalität	Deutschland				
abweichende Liefer-/Rech- nungsadresse	ja	nein			
AGB/ Datenschutz	ja	nein			
Newsletter	ja	nein			

Legende: Auswahl für Erhebung (1. Wahl), alternative Auswahl (2. Wahl), alternative Auswahl (3. Wahl)

Tabelle 7: Personenvignette für das Ausfüllen der Registrierungsformulare.
Die angegebenen Adressdaten sind nicht abgebildet.

Daten erhoben. Die Personenvignette wurde auf Basis dieser Abfragekategorien als Orientierungshilfe zum Ausfüllen der Registrierungsformulare vorgegeben (siehe Tabelle 7).

Nicht auf das Geschlecht bezogene Daten wurden stets mit den gleichen fiktiven Daten ausgefüllt. Es wurde ein möglichst geschlechtsneutral konnotierter Vorname („Finn“) gewählt. Für geschlechtsbezogene Abfragen wurde ein nicht-binäres Geschlecht angegeben oder, falls dies nicht verfügbar war, auf eine Geschlechtsangabe verzichtet. War auch dies nicht möglich, wurde ein binäres Geschlecht angegeben.

Die Registrierungsformulare der Onlineshops wurden aufgerufen und per Screenshot abgespeichert. Lediglich einer der Onlineshops bot keine Registrierung für Kund*innen an. Dort wurde stattdessen ein Formular zur Registrierung eines Mitarbeitendenkontos untersucht, das Abfragen enthielt, wie sie auch für Nutzer*innenkonten üblich sind. Um das vollständige Formular inklusive aller relevanten Daten auf dem Screenshot abzubilden, waren bei der Datenerhebung mehrere Punkte zu beachten: Vor dem Ausfüllen des Formulars und dem Screenshot wurde der Bestätigungsbutton des Formulars betätigt, da dies zur Markierung der noch obligatorisch auszufüllenden Felder führt. So konnte die Unterscheidung von Pflichtfeldern und optionalen Eingaben auf dem Screenshot gewährleistet werden. Drop-down-Menüs wurden vor dem Screenshot ausgeklappt, um alle Antwortoptionen abzubilden.

Mit mindestens einem Tag Abstand zur Registrierung wurde geprüft, ob auf dem angegebenen E-Mailkonto automatisch erstellte E-Mails zur Bestätigung der Registrierung und der Begrüßung von Neukund*innen eingegangen waren. War dies der Fall, wurde ein Screenshot der E-Mail inklusive der darin enthaltenen Grafiken erstellt. E-Mails, die ausschließlich zur

Vervollständigung des Registrierungsprozesses verschickt wurden (etwa zum Übermitteln von Bestätigungs-Codes oder Links), wurden nicht erfasst, da diese häufig ohne direkte Adressierung gestaltet waren und nur Zeichenkombinationen oder besagte Links enthielten.

Die Screenshots der Registrierungsformulare und der automatisch erstellten E-Mails wurden in eine MaxQDA-Datenbank eingespeist und mithilfe von Codierleitfäden entlang eines vorab erarbeiteten Kategoriensystems codiert. Dabei entsprachen die vergebenen Codes einer Variable und die Sub-Codes bildeten die verschiedenen Merkmalsausprägungen ab, sodass auch eine deskriptive statistische Auswertung ermöglicht wurde. Es wurden jeweils separate Leitfäden für die Codierung der Registrierungsformulare (siehe Anhang 2) sowie die Codierung der automatisch erstellten E-Mails (siehe Anhang 3) erstellt.

Für die Codierung der Registrierungsformulare wurden folgende Aspekte erfasst:

- Finden geschlechtsbezogene Abfragen statt?
- Handelt es sich um eine Pflichtangabe?
- Welche geschlechtsbezogenen Merkmale werden abgefragt?
- Handelt es sich bei den zur Verfügung stehenden Antwortoptionen um binäre oder nicht-binäre Antwortoptionen?
- Welche Antwortoptionen stehen für geschlechtsbezogene Anfragen zur Verfügung?

Die Erfassung der einzelnen Antwortoptionen diente der partizipativen Überprüfung des Codes „Offenheit der Geschlechtsangaben“, also einer korrekten Zuordnung der Antwortoptionen als binär oder nicht-binär. Um in dieser Hinsicht

keine Fremdzuschreibungen zu reproduzieren, wurde für jede vorgefundene Antwortoption ein In-vivo-Code gesetzt.¹³ Anschließend wurde auf Basis der Expertise-Gespräche mit den Kooperationspersonen ein Entwurf vorgelegt, ob es sich bei den einzelnen Angaben um binäre oder nicht-binäre Antwortmöglichkeiten handelt. Diese Kategorisierung der vorgefundenen Antwortoptionen wurde mit den Kooperationspersonen diskutiert und finalisiert. Wo dies nötig war, wurden die bereits gesetzten Codes korrigiert. Da diese Antwortoptionen eine Selbstverortung außerhalb des binären Geschlechtersystems zulassen, wurden in diesem Schritt auch geschlechtsneutrale Antwortoptionen oder Antworten, die einer Verzichtsoption gleichkommen (z. B. „keine Angabe“), als nicht-binär eingestuft. Dies betrifft alle Daten, die unter dem Code „Offenheit der Geschlechtsangaben“ dem Sub-Code „binär inkl. Verzicht“ zugeordnet wurden. Tabelle 8 zeigt die in den Daten vorgefundenen Antwortoptionen auf geschlechtsbezogene Abfragen sowie deren finalisierte Zuordnung.

Bei der Codierung der automatisch erstellten E-Mails wurde erfasst, ob die Begrüßungsformeln oder direkten Ansprachen binär, nicht-binär oder geschlechtsneutral formuliert waren. Die Differenzierung zwischen explizit nicht-binären und geschlechtsneutralen Ansprachen wurde zunächst vorgenommen, um verschiedene Optionen der Kategorisierung als binär oder nicht-binär mit den Kooperationspersonen zu besprechen. Analog zur Bewertung der geschlechtsneutralen Antwortoptionen bei den Registrierungsformularen als nicht-binär wurden im späteren Analyseprozess auch die geschlechtsneutralen Ansprachen in den E-Mails dem Subcode „nicht-binär“ zugeordnet.

Binär	Nicht-binär
• Herr/Frau/Firma • Frau/Herr • weiblich/männlich • Damen/Herren/Große Größen/Kinder/Home/Haustier-Zubehör • Womanswear/Menswear • Produkte für Damen/Herren	• Frau/Herr/Divers/keine Angabe • Frau/Frau Dr./Herr/Herr Dr./Keine Angabe • Frau/Herr/Firma/Familie/Divers • Herr/Frau/Eheleute/Divers • Frau/Herr/Neutrale Anrede • männlich/weiblich/divers • Herr/Frau/Divers/Firma • Herr/Frau/keine Angabe/Firma • Frau/Herr/keine Angabe • Frau/Herr/Divers • Herr/Frau/Andere • Damenmode/Herrenmode/Keine Präferenz

Tabelle 8: Kategorisierung der Antwortoptionen als binär/nicht-binär in Registrierungsformularen und automatisierten Antwortmails der untersuchten Onlineshops

Persönliche nicht-standardisierte Kommunikation mit Kund*innen

In der Studie wurde auch der persönliche Kund*innenkontakt mit nicht-binären Personen untersucht. Für die Erhebung der geschlechtsbezogenen Ansprachen in der nicht-standardisierten direkten Kund*innenkommunikation wurden **E-Mail-Anfragen an den Kund*inensupport** der Onlineshops durch eine fiktive nicht-binäre Person geschickt. Anschließend wurde die Ansprache der Kund*innen anhand der Antwort-E-Mails der Mitarbeitenden erfasst. Da davon ausgegangen wurde, dass E-Mail-Antworten auf Informations- und Hilfeanfragen in der Regel nicht automatisiert sind, sondern von Mitarbeitenden selbst bearbeitet werden, bietet

¹³ In-vivo-Codes sind Codes, die dem exakten Wortlaut im Datenmaterial entsprechen. Im Fall von Modulstudie 2 waren dies also Codes, die den Antwortoptionen in den Registrierungsformularen entsprachen.

dieses Vorgehen die Möglichkeit, neben standardisierten Abläufen der Geschlechtsadressierung auch individuelle Adressierungen durch Mitarbeitende bezüglich des darin enthaltenen Diskriminierungspotenzials zu untersuchen. Durch den Einsatz von drei verschiedenen Mail-Varianten wurde dabei als zusätzliche Dimension des Testings auch überprüft, welchen Effekt der Grad der Sichtbarkeit der Nicht-Binarität in der Kommunikation hat.

Um eine größtmögliche Vergleichbarkeit der einzelnen Testingfälle zu gewährleisten, wurden mehrere Punkte beachtet: Es wurde auf die Nutzung von Kontaktformularen verzichtet, da diese Formulare häufig verpflichtende geschlechtsbezogene Datenabfragen beinhalten, welche die Wahl einer Anrede in den Antwort-E-Mails beeinflussen können. Zudem wurde im Text der E-Mail eine Anfrage formuliert, die branchenunabhängig im exakt gleichen Wortlaut an alle Onlineshops geschickt wurde. Um sicherzustellen, dass die Sichtbarkeit der Nicht-Binarität nicht zusätzlich durch den Inhalt der Anfrage verändert wird, war die Anfrage thematisch nicht mit dem Geschlecht verbunden. Es wurde nach der Versandhäufigkeit des Newsletters gefragt, da dies in der Regel ein geschlechtsunspezifisches Angebot ist, über das nahezu alle Onlineshops verfügen. Die Anfragen wurden von einem E-Mail-Konto bei einem gängigen kostenfreien Mailprovider versendet. Es wurde eine andere E-Mail-Adresse verwendet als für das Testing des Registrierungsprozesses. Dies geschah, um zu verhindern, dass die Onlineshops bei der Bearbeitung der Mailanfrage auf ein bestehendes Nutzer*innenkonto zugreifen konnten, in dem bereits eine Geschlechtsangabe hinterlegt wurde.

Zur Untersuchung des Effekts der Sichtbarkeit der Nicht-Binarität wurden zusätzlich zum

ansonsten gleichlautenden E-Mail-Text drei verschiedene Abschlussformulierungen verfasst, welche die nicht-binäre Identität der anfragenden Person graduell deutlicher offenlegen:

- **Variante 1:** E-Mail-Signatur mit vollem Namen ohne Hinweis auf Geschlecht
- **Variante 2:** E-Mail-Signatur mit vollem Namen und Nennung von Neopronomen in Klammern
- **Variante 3:** explizite Offenlegung der Nicht-Binarität und Bitte um neutrale Ansprache am Ende des Mailtextes. Zusätzlich E-Mail-Signatur mit vollem Namen und Nennung von Neopronomen in Klammern.

Die Erstellung der E-Mail-Varianten entstand in enger Abstimmung mit den Kooperationspersonen und weiteren nicht-binären Personen, um eine hohe Authentizität der E-Mail-Anfragen zu erreichen. Aufgrund ihrer aktuellen Verbreitung wurden die Neopronomen „dey/dem“ sowie die Ergänzung „keine“ gewählt: Name (dey/dem/keine). Die Beratung der Kooperationspersonen ergab, dass nicht-binäre Personen häufig Namen wählen beziehungsweise weiterführen, die auch bei cis-geschlechtlichen¹⁴ Personen gängig sind. Als Name wurde „Alex Müller“ gewählt. Durch die Wahl einer Kurzform, die für männlich und weiblich konnotierte Namen gängig ist, sollte die Zuordnung zu einem binären Geschlecht soweit wie möglich vermieden werden.

Vor dem Abschicken der E-Mails wurden Kontakt-Mailadressen der Onlineshops recherchiert. Dabei wurde, soweit verfügbar, eine spezifisch für den Kund*innenkontakt vorgesehene E-Mail-Adresse gewählt. War diese nicht verfügbar, wurde auf die E-Mail-Adresse aus dem Impressum zurückgegriffen. Die drei

¹⁴ „Cis-geschlechtlich“ bedeutet, dass Personen sich mit dem zur Geburt vergebenen Geschlecht identifizieren.

verschiedenen E-Mail-Varianten wurden den Onlineshops der Stichprobe zufällig zugeteilt. Insgesamt wurden Variante 1 und 2 jeweils an 33, Variante 3 an 32 Unternehmen verschickt. Die eingegangenen Antwort-E-Mails wurden per Screenshot abgespeichert und in die Max-QDA-Datenbank eingepflegt.

Analog zum Vorgehen in der Untersuchung der standardisierten Kommunikation wurde ein Kategoriensystem sowie ein daraus abgeleiteter Leitfaden für die Codierung der Screenshots entwickelt (siehe Anhang 4).

Interviews mit Vertreter*innen nicht-binärer Personen und des Online-Handels

Die Interviews in Modulstudie 2 wurden analog zum Vorgehen in Modulstudie 1 durchgeführt und ausgewertet. Alle Interviews fanden über Videokonferenz statt. Insgesamt konnten vier Interviews mit nicht-binären Personen und ein Interview mit Vertreter*innen eines großen Onlineshops geführt werden. An diesem nahmen zwei Personen aus den Arbeitsbereichen Kommunikation und Diversitätsmanagement des Unternehmens teil.

In die Interviews mit nicht-binären Personen flossen neben Fragen zu Wahrnehmung und Beurteilung der eigenen Erfahrungen auch Fragen zu Wünschen der nicht-binären Personen hinsichtlich einer inklusiven, diskriminierungssensiblen Kommunikation im Onlinehandel sowie zu ihren Lösungs- beziehungsweise Gestaltungsideen ein.

Typenbildung zur Bewertung des Diskriminierungspotenzials

Die unterschiedlichen Arten der Kund*innen-Kommunikation (standardisiert und automatisiert, persönlich nicht-standardisiert) können unterschiedliche Formen geschlechtsbezogener

Diskriminierung im Online-Handel aufweisen. Um diese spezifischen Aspekte der Diskriminierung trennscharf abzubilden und das potenzielle Diskriminierungsrisiko graduell untersuchen zu können, wurden für die drei verschiedenen Datensätze (Registrierungsformulare, automatisch erstellte E-Mails, persönliche E-Mail-Kommunikation) jeweils getrennte Typisierungen erarbeitet.

Für die Typisierung entlang des Diskriminierungspotenzials in der Kund*innenkommunikation wurden gemeinsam mit den Kooperationspersonen folgende Fragen als relevant bestimmt. Die Angaben in Klammern beziehen sich jeweils auf die für die Beantwortung relevanten Datensätze und Codes.

- Stehen nicht-binären Kund*innen zutreffende Antwortoptionen für geschlechtsbezogene Abfragen zur Verfügung? (Daten: Registrierungsformulare, Code: Offenheit der Geschlechtsangaben)
- Besteht ein Zwang, das Geschlecht anzugeben? (Daten: Registrierungsformulare, Code: Auskunftspflicht)
 - Verschärfend: Besteht ein Zwang, das falsche Geschlecht anzugeben? (Daten: Registrierungsformulare, Überkreuzung der Codes: Auskunftspflicht, Offenheit der Geschlechtsangaben)
- Findet in der Kommunikation mit nicht-binären Kund*innen eine passende Anrede statt? (Daten: automatisch erstellte E-Mails, direkte E-Mail-Kommunikation, Code: Ansprache)
 - Verschärfend: Findet eine diskriminierende Ansprache auch statt, wenn Wissen zur Nicht-Binarität und der korrekten Ansprache des*der Kund*in zur Verfügung steht? (Daten: direkte E-Mail-Kommunikation, Auswertung anhand Variante 1–3, Code: Ansprache)

Die Typisierungen wurden erarbeitet, indem zunächst eine quantitative Übersicht über die Häufigkeiten der jeweils relevanten Codes geschaffen wurde. Dies beinhaltete eine Analyse der Überkreuzung relevanter Codes untereinander bzw. im Fall der direkten E-Mail-Kommunikation einen Vergleich der Verteilung relevanter Codes über die verschiedenen Mailvarianten hinweg. Die Ergebnisse innerhalb dieser Matrizen wurden als Typisierungsvorschläge den Kooperationspersonen vorgestellt. Zusätzlich wurden repräsentative Beispiele für die vorgestellten Typen sowie auffällige Fälle aus den Daten vorgelegt und besprochen, um gegebenenfalls bislang unerkannte Formen von Diskriminierung, die sich in den Daten abbilden, zu ergänzen. Dabei wurden auch über das Codiersystem hinausweisende Aspekte der Diskriminierung aufgenommen, um die Typisierung weiter ausdifferenzieren. Es wurden induktive Codes im Codiersystem ergänzt, wenn nötig, und die Auszählungen ergänzt bzw. überarbeitet. Auf Basis der besprochenen Kriterien sowie der Ergebnisse der Interviews mit nicht-binären Personen wurden Bewertungsvorschläge für die einzelnen Typen bezüglich des Diskriminierungspotenzials erarbeitet und mit den Kooperationspersonen besprochen. Die Bewertungen wurden in mehreren Treffen mit den Kooperationspersonen diskutiert und festgelegt.

Ergebnisse Modulstudie 2

Standardisierte und automatisierte Kommunikation

Registrierungsformulare

65 der 98 untersuchten Registrierungsformulare enthalten Abfragen, die sich auf das Geschlecht beziehen. Dabei handelt es sich in 59 Fällen um eine verpflichtende, in sechs Fällen um eine optionale Angabe. Bei 33 Formularen findet keine

geschlechtsbezogene Abfrage statt. Das mit Abstand am häufigsten abgefragte genderbezogene Merkmal ist die Anrede (58). Des Weiteren werden auch geschlechtsbezogene Produktpräferenzen (5) und „(Geburts-)Geschlecht“ (2) abgefragt. Alle Abfragen zu geschlechtsbezogenen Produktpräferenzen finden in Mode-Onlineshops statt, also in einer Branche mit üblicherweise stark geschlechtlich codierten Produkten.

Bezüglich einer möglichen Diskriminierung ist vor allem relevant, ob für nicht-binäre Personen passende Antwortoptionen auf geschlechtsbezogene Abfragen zur Verfügung stehen. Unter den 65 Onlineshops, die geschlechtsbezogene Abfragen in ihren Registrierungsformularen machen, bieten 31 nicht-binäre Antwortoptionen an. 34 Onlineshops, also über die Hälfte, bieten hingegen nur binäre Antwortmöglichkeiten an (siehe Tabelle 9). Ein besonders hohes Diskriminierungspotenzial besteht, wenn geschlechtsbezogene Angaben verpflichtend abgefragt werden, jedoch nur binäre Antwortoptionen zur Verfügung stehen, da dies nicht-binäre Kund*innen zur Wahl einer unpassenden Angabe zwingt, um die Registrierung eines Kund*innenkontos abzuschließen. Diese Kombination aus verpflichtender geschlechtsbezogener Abfrage und ausschließlich binären Antwortoptionen weisen 33 Registrierungsformulare auf. Dies entspricht auf die Gesamtheit der 98 Onlineshops bezogen 33,7 %. Auf die Onlineshops bezogen, die verpflichtende geschlechtsbezogene Abfragen machen, entspricht der Anteil sogar 55,9 %.

	Angabe verpflichtend	Angabe optional	Gesamtzahl
Binäre Antwortoptionen	33	1	34
Nicht-binäre Antwortoptionen	26	5	31
Summe	59	6	65

Tabelle 9: Auskunftspflicht und Antwortmöglichkeiten bei Registrierungsformularen mit geschlechtsbezogenen Abfragen (z. B. Anrede, Produktpräferenz), n=65

Gibt es also einen Zwang, geschlechtsbezogene Angaben zu machen, so stehen in mehr als der Hälfte der untersuchten Onlineshops ausschließlich binäre Geschlechtsangaben hierfür zur Verfügung. Unter den Registrierungsformularen, die optionale geschlechtsbezogene Abfragen beinhalten, bieten hingegen 5 von 6 auch nicht-binäre Antwortmöglichkeiten an (siehe Tabelle 9).

Da die Anrede die mit Abstand häufigste geschlechtsbezogene Abfrage darstellt, soll diese gesondert betrachtet werden. Beim Großteil der Registrierungsformulare, die die gewünschte Anrede abfragen, handelt es sich um eine Pflichtangabe (56 von 58). Bei den 58 Onlineshops, in denen die erwünschte Anrede abgefragt wird, stehen in über der Hälfte der Fälle nur binäre Antwortoptionen zur Verfügung (30 von 58). In 28 Formularen mit Abfrage der Anrede ist auch mindestens eine nicht-binäre Antwortoption verfügbar (28 von 58). Tabelle 10 zeigt zusätzlich die Aufschlüsselung entlang der verpflichtenden oder optionalen Angabe bei Anfragen der erwünschten Anrede.

	Angabe verpflichtend	Angabe optional	Gesamtzahl
Binäre Antwortoptionen	29	1	30
Nicht-binäre Antwortoptionen	26	2	28
Summe	55	3	58

Tabelle 10: Auskunftspflicht und Antwortmöglichkeiten bei Registrierungsformularen mit Abfrage der erwünschten Anrede, n=58

Wird die Anrede abgefragt, so ist dies in der Hälfte der Fälle mit dem Zwang verbunden, eine unzutreffende binäre Geschlechtsangabe zu machen.

Typenbildung anhand der Registrierungsformulare und die Bewertung des Diskriminierungsrisikos

Gemeinsam mit den Kooperationspartner*innen der dgti wurden alle Kommunikationsformen nach „Kommunikationstypen in Bezug auf nicht-binäre Ansprache“ unterteilt und mit dem entsprechenden Diskriminierungsrisiko bewertet.

Für die Typisierung der Kund*innenkommunikation bei der Registrierung wurde die obige Aufteilung zugrunde gelegt (siehe Tabelle 9), ob nicht-binäre Angaben für geschlechtsbezogene Abfragen zur Verfügung stehen (Code: Offenheit der Geschlechtsangaben) und ob geschlechtsbezogene Abfragen auskunftspflichtig sind, um die Registrierung durchzuführen (Code: Auskunftspflicht). Aus den auftretenden Kombinationen der Merkmalsausprägungen bzw. Subcodes wurden Typen gebildet. Da der Subcode „keine Abfrage“ nicht in Überkreuzung mit den anderen Subcodes auftritt, bildet er bereits einen eigenständigen Typ. Tabelle 11 gibt eine Übersicht über die Typen

der Kund*innenkommunikation bei Registrierung, die sich aus den Merkmalskombinationen

ergeben, sowie über deren Bewertung hinsichtlich ihres Diskriminierungspotenzials.

	Typ I: Zwang zu unpassender Geschlechtsangabe	Typ II: Optionale Abfrage ohne Repräsentationsmöglichkeit	Typ III: Nicht-binär mit Positionierungszwang	Typ IV: Nicht-binär ohne Positionierungszwang	Typ V: Genderneutral
Codes > Subcodes	Offenheit > binär; Auskunftspflicht > verpflichtend	Offenheit > binär; Auskunftspflicht > optional	Offenheit > nicht-binär; Auskunftspflicht > verpflichtend	Offenheit > nicht-binär; Auskunftspflicht > optional	Auskunftspflicht > keine Abfrage
Beschreibung	Eine verpflichtende geschlechtsbezogene Abfrage findet statt. Dabei stehen nur binäre Antwortoptionen zur Verfügung.	Eine optionale geschlechtsbezogene Abfrage findet statt. Dabei stehen nur binäre Antwortoptionen zur Verfügung.	Eine verpflichtende geschlechtsbezogene Abfrage findet statt. Dabei stehen nicht-binäre Antwortoptionen zur Verfügung.	Eine optionale geschlechtsbezogene Abfrage findet statt. Dabei stehen nicht-binäre Antwortoptionen zur Verfügung.	Es findet keine geschlechtsbezogene Abfrage statt.
Beispiel	Verpflichtende Abfrage mit Antwortoptionen: Herr/Frau	Optionale Abfrage mit Antwortoptionen: Herren/Damen/Kinder	Verpflichtende Abfrage mit Antwortoptionen: Herr/Frau/Divers	Optionale Abfrage mit Antwortoptionen: Herr/Frau/Divers	—
Bewertung	Die Wahl einer unpassenden Angabe ist notwendig, um Dienstleistung in Anspruch nehmen zu können. Dies führt zwangsläufig zu Misgendering oder dem Ausschluss nicht-binärer Kund*innen. Höchstes Diskriminierungspotenzial	Kund*innen haben die Option, geschlechtsbezogene Abfragen auszulassen und sind damit nicht gezwungen, unpassende Geschlechtsangaben zu machen. Aufgrund mangelnder nicht-binärer Antwortoptionen sind sie jedoch von Teilen der Dienstleistung (Anpassung von Produktpräferenzen & damit verbundene Funktionen) ggf. ausgeschlossen. Hohes Diskriminierungspotenzial	Eine nicht-binäre Geschlechtsoption wird angeboten. Da deren Angabe verpflichtend ist, zwingt sie nicht-binäre Personen zur Exposition, auch wenn sie dies ggf. nicht möchten. Bei inkorrektter Begriffsverwendung oder Fremdbezeichnungen kann es zusätzlich zum Zwang kommen, unpassende Angaben zu machen. Moderates Diskriminierungspotenzial	Nicht-binäre Optionen stehen zur Verfügung, ohne dass ein Zwang zur Exposition oder zur Wahl eines unpassenden Begriffs besteht. Geringes Diskriminierungspotenzial	Nicht-binäre Personen werden inkludiert, ohne sie zu exponieren oder Fremdzuschreibungen zu reproduzieren. Kein mit der Geschlechtsabfrage verbundenes Diskriminierungspotenzial
N	33	1	26	5	33

Tabelle 11: Typen anhand der Registrierungsformulare

Über ein Drittel der untersuchten Onlineshops mit Registrierungsformularen weisen ein hohes Diskriminierungspotenzial auf ($n = 34$). Etwas mehr als einem Viertel wird ein moderates Diskriminierungspotenzial zugeschrieben ($n = 26$) und bei einem Drittel der Stichprobe findet sich kein Diskriminierungspotenzial in Bezug auf die Geschlechtsidentität ($n = 33$), indem das Geschlecht nicht abgefragt wird.

Automatisch erstellte E-Mails

Von den 84 automatisiert erstellten E-Mails, die nach der Registrierung eingegangen sind, enthalten 19 (22,6 %) eine binäre Ansprache, während 65 (77,4 %) eine nicht-binäre Ansprache enthalten (Tabelle 12).

Kategorie/ Code	Ausprägung/ Subcode	Total	Total %
Begrüßung/ Ansprache		0	
	binär	19	22,60 %
	non-binär	65	77,40 %
N		84	

Tabelle 12: Ansprachen in automatisch erstellten E-Mails

Unter dem Sub-Code „nicht-binär“ wurden unterschiedliche Formen der Ansprache geclustert. Tabelle 13 zeigt eine genauere Aufschlüsselung der Ergebnisse, die hierunter fallen.

Kategorie/ Code	Ausprägung/ Subcode	Total	Total %
Begrüßung/ Ansprache		0	
	binär	19	22,60 %
	non-binär	3	3,60 %
	gender-neutral	53	63,10 %
	keine Anrede	8	9,50 %
	„Divers“ als Anrede	1	1,20 %
N		84	100,00 %

Tabelle 13: Ansprachen in automatisch erstellten E-Mails, aufgeschlüsselt

In einem Großteil der E-Mails wurden genderneutrale Anreden verwendet (53 E-Mails, 63,1 %). 8 E-Mails (9,5 %) enthielten keine direkte Anrede. In einer E-Mail wurde „Divers“ – analog zu den Formulierungen „Herr“ oder „Frau“ bei binären Ansprachen – als Anredeform in Kombination mit dem Namen verwendet. Da aus den Kooperationsgesprächen und Interviews mit nicht-binären Personen hervorgeht, dass die Nutzung von „Divers“ meist als unangemessen wahrgenommen wird, wurde für diese Ansprache ein eigener Sub-Code geschaffen, um sie separat sichtbar machen zu können. In drei E-Mails (3,6 %) wurde eine nicht-binäre Ansprache mit Sonderzeichen (z. B. Sternchen oder Doppelpunkt) genutzt.

Während in den automatisiert erstellten E-Mails somit nicht-binäre und genderneutrale Ansprachen mit insgesamt 77,4 % den größten Anteil stellen, erfolgt in 22,6 % der E-Mails weiterhin eine unzutreffende binäre Ansprache. Dies war der Fall, obwohl bei der Registrierung, sofern möglich, eine nicht-binäre Geschlechtsangabe gemacht oder auf eine Geschlechtsangabe verzichtet wurde.

Typenbildung anhand der automatisch erstellen E-Mails und die Bewertung des Diskriminierungsrisikos

Für die Typisierung der Kund*innenkommunikation in den automatisch erstellten E-Mails ist primär die darin genutzte Anrede relevant. Die

E-Mails wurden nach den genutzten Ansprachen geclustert (Code: Ansprache).

Tabelle 14 bietet einen Überblick über die aus den Subcodes bzw. deren Kombination gebildeten Typen:

	Typ I: Binäre Ansprache	Typ II: „Divers“ als Ansprache	Typ III: Nicht-binär mit Sonderzeichen	Typ IV: Genderneutral
Codes > Subcodes	Ansprache > binär	Ansprache > nicht-binär > „Divers“ als Anrede	Ansprache > nicht-binär	Ansprache > nicht-binär > genderneutral
Beschreibung	Es wird eine binäre Anrede genutzt.	Die Anrede ist geschlechtsneutral. Dabei wird „Divers“ als Anrede genutzt.	Es wird eine nicht-binäre Anrede mit Sonderzeichen-Schreibweise genutzt.	Es wird eine geschlechts-neutrale oder keine Anrede genutzt.
Beispiele	„Guten Tag Herr Meierhoff“, „Sehr geehrte Frau Meierhoff“	„Guten Tag Divers Finn Meierhoff“	„Liebe*r Finn Meierhoff“	„Willkommen“, „Hallo Finn“, „Guten Tag Finn Meierhoff“
Bewertung	Nicht-binäre Personen werden mit der binären Ansprache misgendered. Höchstes Diskriminierungspotenzial	Nicht-binäre Personen werden genderneutral angesprochen, jedoch wird die Geschlechtsbezeichnung inkorrekt als Anrede verwendet. Moderates Diskriminierungspotenzial	Nicht-binäre Personen werden sprachlich inkludiert. Kein mit der Anrede verbundenes Diskriminierungsrisiko	Die Anrede ist geschlechts-unabhängig für alle passend gewählt. Kein mit der Anrede verbundenes Diskriminierungsrisiko
N	19	1	3	

Tabelle 14: Typen anhand der automatisch erstellen E-Mails

76 % der automatisch erstellten E-Mails wurde kein Diskriminierungsrisiko zugeschrieben (n = 64). In 23 % der automatischen Antworten von Onlineshops wurde jedoch ein hohes Diskriminierungspotenzial durch Misgendering festgestellt.

Persönliche nicht-standardisierte Kommunikation

Von den 91 Antwort-E-Mails des Kund*innen-Supports enthalten 36 (39,6%) eine binäre und 55 (60,4%) eine genderneutrale Ansprache. Keine der Antwort-E-Mails enthält eine nicht-binäre Ansprache mit Sonderzeichen. Damit ist

eine genderneutrale, alle Geschlechter inkludierende Ansprache in der Stichprobe am häufigsten vertreten. Der Großteil der E-Mails enthält eine personalisierte Anrede mit Namen (76 E-Mails, 83,6%). Dem stehen 15 E-Mails (16,5%) mit generischen Anreden ohne Namensnennung gegenüber.

Da für das Initiieren des direkten Kontakts drei unterschiedliche E-Mail-Varianten mit graduell

unterschiedlicher Sichtbarkeit der Nicht-Binarität genutzt wurden, ist der Vergleich zwischen Reaktionen auf die unterschiedliche E-Mail-Varianten von Interesse. Die Auswertung entlang der unterschiedlichen Varianten erlaubt auch Aussagen darüber, ob Misgendering trotz expliziter gegenteiliger Bitten nicht-binärer Kund*innen erfolgt. Eine Übersicht hierzu bietet Tabelle 15.

Kategorie/Code	Ausprägung/Subcode	Varianten 1	Variante 2	Variante 3	Total
Explizite Bezugnahme auf Genderneutralität		0	0	6	6
Begrüßung/Ansprache		0	0	0	0
	binär	16	16	4	36
	genderneutral	15	14	26	55
	non-binär	0	0	0	0
erfragte Info		0	0	0	0
	nicht enthalten	3	6	3	12
	Herausgabe von Daten als Voraussetzung	2	1	1	4
	Hinweise auf andere zuständige Stellen	1	1	2	4
	enthalten	25	22	24	71
N= Dokumente		31	30	30	91

Tabelle 15: Direkter E-Mail-Kontakt, Übersicht Varianten

Der Rücklauf war über die Varianten hinweg annähernd gleich: So blieben bei Variante 1 zwei E-Mails unbeantwortet, während bei Variante 2 und 3 jeweils drei E-Mails unbeantwortet blieben. Insgesamt standen so 31 E-Mail-Antworten auf Variante 1 und je 30 E-Mail-Antworten auf Varianten 2 und 3 zur Verfügung. Auch in der Reaktion auf die Frage zur Häufigkeit des Newsletterversands zeigen sich keine auffälligen Unterschiede zwischen den Varianten. Die erfassten Daten ergeben keinen Anlass zu der Annahme, dass die Sichtbarkeit der Nicht-Binarität sich auf

die grundsätzliche Bereitschaft auswirkt, auf Supportanfragen zu reagieren.

Deutliche Unterschiede zeigen sich hingegen in der Wahl der Ansprache. Der Vergleich der Antwort-E-Mails über die Varianten hinweg zeigt kaum Unterschiede in den Reaktionen auf E-Mail-Variante 1 (geringste Sichtbarkeit der Nicht-Binarität) und E-Mail-Variante 2 (mittlere Sichtbarkeit der Nicht-Binarität). Binär gegenderte Ansprachen sind mit jeweils 16 E-Mails gleich häufig enthalten. Entsprechend sind auch

die genderneutralen Ansprachen mit jeweils 15 (Variante 1) beziehungsweise 14 (Variante 2) E-Mails annähernd gleich häufig vertreten. In den Reaktionen auf Variante 3 (höchste Sichtbarkeit der Nicht-Binarität) zeigt sich ein klarer Kontrast hierzu. Hier sind genderneutrale Ansprachen mit 26 von 30 E-Mails sehr viel häufiger vertreten. Jedoch kommt es auch bei Variante 3, trotz der expliziten Bitte um eine geschlechtsneutrale Anrede, in 4 von 30 Antwortmails zu Misgendering in Form einer unpassenden binären Ansprache.

Eine weitere Besonderheit in den Reaktionen auf E-Mail-Variante 3 sind die teilweise in den Antwort-E-Mails enthaltenen Ausführungen zu der im Unternehmen genutzten Genderschreibweise. E-Mails, die diese Form der Positionierung enthielten, wurden mit dem induktiven Code „Explizite Bezugnahme auf Genderneutralität“ versehen. Die entsprechenden Ausführungen enthalten sowohl affirmative Reaktionen wie beispielsweise Bekräftigungen der Wichtigkeit inklusiver Sprache oder Anleitungen zur genderneutralen Personalisierung der angebotenen Dienstleistungen über die Wahl bestimmter Optionen im Kund*innenkonto. Zum Teil waren hingegen auch rechtfertigende Passagen enthalten, warum (noch) keine konsequente Umstellung auf gendergerechte Sprache erfolgt sei oder warum eine solche Umstellung nicht möglich sei. Einzelne E-Mails enthielten dabei widersprüchliche Informationen. So wurde etwa auf die standardmäßige Nutzung gendergerechter Sprache im Unternehmen hingewiesen, wobei in derselben Nachricht eine binäre Sprache verwendet wurde.

Typenbildung anhand des direkten E-Mail-Kontakts und die Bewertung des Diskriminierungsrisikos

Für die Typisierung der persönlichen E-Mail-Kommunikation im Kund*innen-Support ist zunächst relevant, ob eine passende Anrede genutzt wird (Code: Ansprache). Während bei den automatisiert erstellten E-Mails davon auszugehen ist, dass die Anrede nach einem stark standardisierten Verfahren ausgewählt wird, das entweder für alle Adressat*innen gleichermaßen abläuft oder bei dem auf Datenangaben der Registrierung zurückgegriffen wird, ist der Standardisierungsgrad im direkten E-Mail-Kontakt weitaus niedriger. Dies eröffnet Handlungsspielräume für einzelne Mitarbeitende im Support, die geschlechtsspezifischen Anredeformen an den*die Adressat*in anzupassen. Gleichzeitig ist nicht auszuschließen, dass ein gewisser Standardisierungsgrad auch bei individuell verfassten E-Mails vorhanden ist, etwa durch die Nutzung vorgefertigter Textbausteine als Formulierungshilfe oder durch Kommunikationsrichtlinien des jeweiligen Unternehmens. Um dies in der Typisierung zu berücksichtigen, sind daher weitere Differenzierungen nötig, die abbilden, inwiefern die Anredeformulierung an individuelle Adressat*innen angepasst wurde (Code: Personalisierung, siehe Tabelle 16). Eine unpassende Ansprache ist demnach kritischer zu beurteilen, wenn sie einen ansonsten höheren Grad der Personalisierung aufweist.

	Typ I: Binär-personalisiert		Typ II: binär-generisch	Typ III: gender-neutral-personalisiert	Typ IV: gender-neutral-generisch
	Subtyp Ia: festgelegtes Geschlecht	Subtyp Ib: verkürzte Doppelnennung			
Beschreibung	Es wird eine binäre, mit Namen personalisierte Anrede genutzt, die entweder auf das männliche oder weibliche Geschlecht bezogen ist.	Es wird eine binäre, mit vollem Namen personalisierte Anrede mit verkürzter Doppelnennung benutzt, z. B. über die Nutzung eines Schrägstrichs.	Es wird eine binäre, generische Ansprache ohne Namen genutzt.	Es wird eine genderneutrale Anrede mit Namen genutzt.	Es wird eine generische, genderneutrale Anrede ohne Namen genutzt.
Codes/Subcodes	Personalisierung > personalisierte Ansprache; Ansprache > binär	Personalisierung > personalisierte Ansprache; Ansprache > binär > Doppelnennung	Personalisierung > generische Ansprache; Ansprache > binär	Personalisierung > personalisierte Ansprache; Ansprache > genderneutral	Personalisierung > generische Ansprache; Ansprache > genderneutral
Beispiel	„Hallo Herr Müller“, „Liebe Frau Müller“	„Sehr geehrte/r Alex Müller“	„Liebe Kundin, lieber Kunde“	„Guten Tag Alex Müller“	„Guten Tag“
Bewertung	Trotz einer selbst formulierten, an den Mailverkehr angepassten, personalisierten Anrede wird die Nicht-Binarität nicht wahrgenommen oder ausgeblendet. Höchstes Diskriminierungspotenzial	Die Nutzung des vollen Namens statt eines Titels und Nachnamen kann in Kombination mit der Nutzung eines Sonderzeichens als Hinweis gelesen werden, dass eine geschlechtergerechte Ansprache angestrebt und aufgrund mangelnder Genderkompetenz nicht (korrekt) umgesetzt wurde. Moderates Diskriminierungspotenzial	Die binäre Anrede schließt nicht-binäre Menschen aus. Da keine individuelle Anpassung an die Empfangenden stattfindet, ist es möglich, dass diese Ausgrenzung Nebenprodukt einer Standardisierung der Kommunikation durch die jeweiligen Mitarbeitenden oder Richtlinien des Unternehmens ist. Hohes Diskriminierungspotenzial	Es erfolgt eine individuelle Ansprache mit vollem Namen oder Vornamen. Nicht-binäre Menschen sind durch die neutrale Ansprache inkludiert. Kein mit der Anrede verbundenes Diskriminierungspotenzial	Da die Ansprache generisch gehalten ist, ist denkbar, dass es sich um eine standardisierte Ansprache handelt. Da diese inklusiv formuliert ist, werden dabei sowohl binäre als auch nicht-binäre Menschen passend adressiert. Kein mit der Anrede verbundenes Diskriminierungspotenzial
N	30	2		44	12

Tabelle 16: Typen anhand des direkten E-Mail-Kontakts

62 % der Stichprobe an persönlichen E-Mails des Kund*innensupports weisen kein Diskriminierungspotenzial gegenüber nicht-binären Personen auf (n = 56), wohingegen 36 % der persönlichen Kund*innenansprache ein hohes Diskriminierungspotenzial aufwies.

Das Ergebnis für die Verteilung der Typen über die verschiedenen E-Mail-Varianten (Variante 1: kein Hinweis auf Geschlecht, Variante 2: Neopronomen, Variante 3: Bitte um nicht-binäre Ansprache) finden sich im Anhang 5.

Perspektive nicht-binärer Personen auf Diskriminierung im Onlinehandel

In qualitativen Interviews mit vier nicht-binären Personen wurden deren Perspektiven auf Benachteiligungserfahrungen beim Zugang zu Onlinewaren und -dienstleistungen erfasst. Die Interviews bieten einen Überblick über Implikationen von Misgendering und mangelnder Repräsentation nicht-binärer Geschlechtsidentitäten beim Onlineshopping. Zudem beleuchten sie Bewältigungsstrategien, Bedarfe und Gestaltungsideen für TIN*-freundliche Onlinedienstleistungen.

Belastungen und Bewältigungsstrategien

Überbetonung von Geschlecht als Kategorie

Die Interviewpartner*innen beschreiben Geschlecht als nahezu allgegenwärtige Kategorie beim Nutzen von Onlinedienstleistungen. Dies zeigt sich in geschlechtsbezogenen Datenabfragen bei Registrierung oder Bestellung, durch geschlechtsspezifische Ansprachen, in Produktfotos und weiteren gestalterischen Elementen sowie in der Kategorisierung von Produkten. Im Onlineraum nehmen sie diesen Effekt in der Regel als besonders stark wahr, da es hier im Gegensatz zum analogen Einkaufen regelmäßig notwendig ist, geschlechtsbezogene Daten anzugeben. Beim analogen

Einkaufen beschreiben nicht-binäre Personen lediglich in spezifischen Branchen, insbesondere der Modebranche, eine ähnlich starke Konfrontation mit binären Geschlechtskategorien, während dies beim Onlineshopping branchenunabhängig gegeben sei. Neben einer unerwünschten ständigen Konfrontation mit dem Thema Geschlecht wirkt sich die Strukturierung entlang des Geschlechts auch auf die Zugänglichkeit und Navigierbarkeit der Homepages aus, da Rubriken und Filterfunktionen entlang einer binären Logik aufgebaut sind, während Such- und Filteroptionen ohne Bezug zum binären Geschlechtersystem zum Teil fehlen.

„Also das ist deswegen auf jeden Fall der Unterschied mit dem Online, weil man da halt, man kommt da nicht drum rum, weil es immer, egal ob man sich auch für eine Veranstaltung anmeldet, es wird immer abgefragt.“ (Interview 1)

„Beim Onlineshopping sind es hauptsächlich halt die Anreden. [...] in vielen Fällen scheint da nicht klar zu sein, dass es ein ernsthaftes Problem ist und es wird halt gesagt, ja, wir müssen jetzt unser System umstellen, das ist zu aufwendig und in einigen wenigen Fällen geht es noch weiter, dass halt geleugnet wird, dass überhaupt ein Problem besteht, genau. Und beim Shopping direkt kommen so Geschlechtsangaben männlich/weiblich seltener vor.“ (Interview 2)

Auch wenn die Interviewpartner*innen es als Belastung beschreiben, online ständig und stärker als beim analogen Einkauf mit dem Thema Geschlecht konfrontiert zu werden, erklären sie, dies aufgrund von Risikoabwägungen hinzunehmen. So ist die Konfrontation mit dem Thema Geschlecht im analogen Geschäft zwar seltener, wenn sie auftritt, sei so jedoch meist mit stärker verletzenden oder bedrohlichen Situationen verbunden. So werden nicht-binäre Personen

online zwar stärker mit geschlechtsbezogenen Abfragen und Adressierungen konfrontiert, schildern jedoch auch, dass sie Diskriminierungserfahrungen im öffentlichen Raum als potenziell bedrohlicher und belastender erleben, da ihnen dort häufiger offene Trans*feindlichkeit und Anfeindungen begegnen. Zudem beschreiben sie das Misgendering durch automatisierte Systeme als in der Regel weniger verletzend und persönlich als Misgendering im direkten zwischenmenschlichen Kontakt.

„Es ist eh so, dass ich Shopping in Person vermeide, weil es für mich als trans Person eine Angstsituation ist, wo ich mich meistens nicht, die ich meistens lieber vermeide.“ (Interview 2)*

Positionierungszwang ohne passende Antwortmöglichkeiten

Der Fokus auf Geschlecht ist bei verpflichtenden Geschlechtsabfragen mit dem Zwang verbunden, sich in Bezug auf das eigene Geschlecht innerhalb vorgegebener Kategorien zu positionieren. Als besonders problematisch nehmen die Interviewpartner*innen dies wahr, wenn ihnen dabei keine nicht-binäre Antwortoption zur Verfügung steht. Zum Teil nehmen sie angebotene nicht-binäre Antwortoptionen jedoch auch als unpassende Fremdbezeichnung wahr – häufig wird hier die Angabe „divers“ als dritte Geschlechtsoption genannt. Sie beschreiben eine mangelnde Ausdifferenzierung bei der standardisierten Geschlechterfassung. Selbst wenn die Möglichkeit gegeben ist, eine nicht-binäre Angabe zu machen, steht häufig keine Antwort zur Verfügung, die der eigenen Geschlechtsidentität oder sogar dem behördlich eingetragenen Geschlecht entspricht. So ist, obwohl das Personenstandsrecht den Verzicht auf einen Geschlechtseintrag im Geburtenregister erlaubt, in vielen Onlineformularen keine Möglichkeit vorhanden, auf eine Geschlechtseingabe zu verzichten oder diese mit „keine Angabe“ zu beantworten. Nicht-binäre Personen sind durch diese

Einschränkung zum Teil gezwungen, unzutreffende Angaben zu machen, um die gewünschte beziehungsweise benötigte Dienstleistung zu erhalten. Dieses Problem wird als sehr gängige Alltagserfahrung beim Onlineshopping beschrieben, die nicht-binäre Personen bereits erwarten.

Einige Interviewpartner*innen beschreiben, Bestellprozesse aufgrund von fehlenden Antwortoptionen in der Vergangenheit abgebrochen zu haben und die entsprechenden Onlineshops zu meiden. Andere verweisen auf einen pragmatischen Umgang, bei dem sie unter den nicht-zutreffenden Antwortmöglichkeiten das aus ihrer Sicht ‚geringste Übel‘ auswählen, um den Bestell- oder Registrierungsprozess abschließen zu können.

„Also, ich habe es bisher eigentlich fast noch nie irgendwo mitbekommen, wo es keine Pflichtangabe war, egal worum es jetzt ging, bei irgendwelchen Bestellungen. Und halt meistens natürlich nur binär, also entweder männlich oder weiblich. Selten mal noch divers, aber bei mir trifft das halt auch nicht ganz zu, und dass da wirklich noch eine vierte Option mit keiner Angabe ist, oder dass es halt keine Pflichtangabe ist, das kann ich vielleicht an einer Hand abzählen.“ (Interview 1)

Intransparenter Umgang mit geschlechtsbezogenen Daten

Auch wenn das Geschlecht in Artikel 9 DSGVO nicht unter den sensiblen Daten aufgeführt wird, handelt es sich dabei aus der Perspektive nicht-binärer Menschen um potenziell hochgradig sensible Informationen. Aufgrund des gesellschaftlichen Stigmas, das mit einer Abweichung vom binären Geschlechtermodell verbunden ist, gibt ein Bekanntwerden der eigenen Nicht-Binarität Personen möglichen Abwertungen und Anfeindungen preis. Der bewusste Umgang mit geschlechtsbezogenen Daten sowie die situative

Entscheidung dafür, ein nicht-binäres Geschlecht nicht offen zu legen, kann somit entscheidend für die Sicherheit nicht-binärer Menschen sein. Entsprechend wünschen sie sich eine transparente Darlegung dazu, aus welchem Grund und für welchen Verwendungszweck geschlechtsbezogene Daten erhoben werden.

Auch wenn nicht-binäre Geschlechtsoptionen gegeben sind, benennen die Interviewpartner*innen Hemmungen, diese zu nutzen. Dies begründen sie teilweise mit grundsätzlichen Bedenken, ihr Geschlecht offenzulegen und sich so vor Mitarbeitenden des jeweiligen Unternehmens oder vor anderen Personen als nicht-binär zu outen. Verschärft wird dies durch die inkorrekte Nutzung von Begriffen, die zur Angabe eines nicht-binären Geschlechts angeboten werden. Insbesondere die inkorrekte Nutzung des Begriffs „divers“ wird hier immer wieder problematisiert.¹⁵ Nicht-binäre Personen machen regelmäßig die Erfahrung, dass der Begriff ergänzend zu den Bezeichnungen als „Herr“ oder „Frau“ als Anrede abgefragt und verwendet wird. Dies beschreiben sie nicht nur als unangemessen, sondern auch als erweitertes Stigmatisierungs- und Diskriminierungsrisiko, da ihr Geschlecht mit dieser Anrede unerwünscht offengelegt wird. Sie bemängeln zudem, dass der Verwendungszweck für die erhobenen Daten für sie nicht transparent ist und sie erst im Nachhinein erfahren, ob geschlechtsbezogene Daten für Dritte sichtbar offengelegt werden. Einige Interviewpartner*innen erklären, aufgrund dieses Risikos auch dann, wenn eine dritte Geschlechtsoption verfügbar ist, ein binäres Geschlecht anzugeben.

Manchmal bin ich gar nicht so viel mehr zufrieden, wenn statt männlich und weiblich auch noch divers da ist, [...] weil ich da auch schon eine seltsame Erfahrung gemacht habe, dass ich mal bei einem Shop dann divers angegeben habe und das als Anrede dann halt da stand. [...] Also das Paket wurde so geliefert und dann, also ich musste darüber lachen, weil ich es so interessant fand. Gleichzeitig würde ich es dann aber halt auch nicht machen, weil das ist ja dann so voll das Fremdouiting. Also weil ich gebe es ja einfach nur dann an, aber ich möchte ja nicht, dass das als Anrede da steht, dass jetzt das alle lesen können. [...] Und dann fühle ich mich halt auch nicht so sicher.“
(Interview 1)

Mangelnde Repräsentation und Anerkennung der Geschlechtsidentität

Nicht-binäre Personen erleben die Erfahrung, nicht mitgedacht zu werden, keine passenden Geschlechtsoptionen angeboten zu bekommen oder trotz gegenteiliger Bitten inkorrekt adressiert zu werden, als Absprechen ihrer Geschlechtsidentität. Die mangelnde Repräsentation nicht-binärer Menschen und die häufige Erfahrung des Misgenderns schließen an Diskriminierungserfahrungen an, zum Beispiel an die Erfahrung, dass die Existenz nicht-binärer Geschlechtsidentitäten immer wieder infrage gestellt wird. Dies beschreiben sie als Belastung, die auf die strukturelle Ausgrenzung nicht-binärer Menschen verweist und damit über die einzelne Diskriminierungssituation hinausgeht.

„Also rein dieser Einzelpunkt von, welcher Onlinehändler spricht mich wie an, ist natürlich erst mal klein. Das Problem ist, dass sich das in so ein ganzes Gefüge von, ich glaube, aus dem Rassismus nennt sich

¹⁵ Beim Begriff „divers“ handelt es sich um eine Geschlechtsbezeichnung, die mit Reformen des Personenstandsrechts eingeführt wurde, und in diesem Kontext analog zu den Geschlechtseinträgen „männlich“ oder „weiblich“ genutzt wird.

das Mikroaggression, einfügt, weil es immer und immer und immer wieder Erfahrungen in meinem Alltag gibt, die mir halt vermitteln, ich existiere nicht, oder Menschen wie ich existieren nicht, oder haben nicht zu existieren, weil letztendlich wir das binäre System ja auch einfach in Frage stellen.“ (Interview 3)

„Es klingt so hart, aber auf das Gefühl läuft so was letztendlich immer hinaus. Dieses, wir werden nicht mitgedacht, wir existieren nicht oder wir haben nicht zu existieren. Ich glaube halt nicht mal, dass die Leute aktiv wollen, dass wir nicht existieren. Sondern es ist einfach dieses, es gibt uns in den Köpfen nicht. Und das erinnert dann halt auch an Alltagsdiskriminierungserfahrungen, die ich ansonsten gemacht habe, auch im persönlichen Bereich.“ (Interview 3)

Die Interviewpartner*innen schildern verschiedene Bewältigungsstrategien, etwa das Meiden von Unternehmen, bei denen man in der Vergangenheit entsprechende Erfahrungen gemacht hat, und den Rückgriff auf solche, die geschlechterinklusive Sprache und Darstellungen nutzen. Einige beschreiben eine geringe Bereitschaft, neue Onlineshops auszuprobieren, um Diskriminierungsrisiken möglichst umfassend zu minimieren. Darüber hinaus nutzen sie verschiedene Strategien zum Sammeln und Zusammentragen von Informationen über (nicht) TIN*-freundliche Onlineshops. So bitten nicht-binäre Personen Partner*innen und Freund*innen, neue Onlineshops vor der ersten Nutzung auf ihre Genderinklusivität zu prüfen. Auch die Vernetzung und der Austausch mit anderen nicht-binären Personen wird genutzt, um sich über diskriminierende Praktiken einzelner Unternehmen auszutauschen oder diese gemeinsam zu dokumentieren. Dies bietet einerseits die Möglichkeit, Diskriminierungssituationen zu vermeiden, und kann andererseits aktivistisch genutzt werden, etwa für Boykottaufrufe. So schildern die

Interviewpartner*innen, Unternehmen einzeln oder kollektiv mit Bitten zur Aufnahme nicht-binärer Optionen und Ansprachen zu kontaktieren. Dies wird zum Teil als erfolgreiche Strategie zum Abbau von Diskriminierung beschrieben, geht jedoch auch mit der Verschärfung spezifischer Stigmatisierungs- und Diskriminierungsrisiken einher.

Diese Formen der Informationssammlung kann als ermächtigend erlebt werden, erfordert jedoch auch den Einsatz sozialer, zeitlicher und emotionaler Ressourcen. Zudem ist die Notwendigkeit, bestimmte Unternehmen zu vermeiden, mit einer eingeschränkten Auswahl und Zugänglichkeit von Waren und Dienstleistungen verbunden, die nicht für alle nicht-binären Personen umsetzbar ist.

„Wenn ich mich jetzt darauf beschränken würde, nur noch da einzukaufen, wo ich halt weiß, dass es sicher ist, wüsste ich ja noch nicht mal alle Stellen. Da würden mir vielleicht nur so zwei Sachen einfallen, da müsste ich erstmal aktiv irgendwie für recherchieren und schauen und es würde halt voll viel Zeit kosten und es würde auch natürlich die Auswahl einschränken.“ (Interview 1)

Belastungen im Rahmen von Schlichtungs- und Antidiskriminierungsverfahren

Interviewpartner*innen, die sich aufgrund von Ausgrenzungs- und Diskriminierungserfahrungen mit Beschwerden oder Bitten an Unternehmen wenden, beispielsweise mit der Bitte um eine neutrale Anrede oder der Aufnahme nicht-binärer Antwortoptionen in Onlineformulare, schildern ein breites Spektrum unterschiedlicher Erlebnisse. Teilweise beschreiben sie positive Erfahrungen, die zu Entschuldigungen und schnellen Anpassungen der jeweiligen Onlineshops führen. Meist werden Klärungs- und Änderungsprozesse jedoch als langwierig beschrieben, wobei häufig widersprüchliche oder unverbindliche

Aussagen getätigt würden und langfristig unklar bleibe, ob eine geeignete Lösung überhaupt umgesetzt werde. Hinzu kommt eine teilweise hohe emotionale und zeitliche Belastung durch entsprechende Klärungsprozesse. Des Weiteren beschreiben sie, dass einmal durchgesetzte Anpassungen, beispielsweise das Hinterlegen einer gewünschten Anrede im Kund*innenkonto, häufig nicht nachhaltig seien und, zum Beispiel bei Kontakt mit neuen Mitarbeitenden, nicht länger berücksichtigt würden. Den Aufwand für entsprechende Klärungen sehen sie angesichts dieser Hürden oft als unverhältnismäßig hoch an. Sie wägen daher ab, wann sie bereit sind, eine Beschwerde oder Rückmeldung an einzelne Unternehmen zu schicken. Bei dieser Abwägung spielt vor allem eine Rolle, ob sie davon ausgehen, mit dem betreffenden Unternehmen langfristig in Kontakt zu stehen und mit einer Klärung so möglicherweise wiederholte Diskriminierungserfahrungen zu vermeiden.

„Wo ich das schon gemacht habe, sind dann eher so Sachen, wo es um mich als Person auch geht oder bei Dingen, weil es wahrscheinlich wieder passieren wird. Da bin ich dann auch schon mal irgendwie mit in Kontakt gegangen und manchmal war es dann richtig, manchmal war es falsch, manchmal gab es gar keine Antwort darauf, also ich mache es dann halt eigentlich nur aus so einem Gefühl heraus, aber geholfen hat es jetzt meistens noch nicht so richtig.“ (Interview 1)

Neben Zeitaufwand und Stressbelastung geht das Initiieren von Klärungsprozessen auch mit einem erhöhten Risiko einher, Ziel von Spott, Beleidigungen oder anderweitigen Abwertungen zu werden. Nicht-binäre Personen berichten zum Teil von offener Ablehnung nicht-binärer oder genderneutraler Sprachformen als Reaktion auf die Bitte um eine korrekte Ansprache bei der Online-Korrespondenz.

„Auf der Webseite waren dann so Personen abgebildet mit Bild und Vorname und Nachname, aber nicht mit Pronomenwünschen. Und dann habe ich die halt neutral angeredet und für mich um eine neutrale Anrede gebeten. Und dann haben die erstens eine Mail, die intern verschickt werden sollte, an mich geschickt und sich über mich lustig gemacht. Dann, guck mal hier, und die Person haben wir gegoogelt oder so. Und dann haben sie sich da entschuldigt und mich gebeten, das zu löschen und dann im Laufe der Korrespondenz mich darum gebeten, die branchenüblichen Anredeformen zu verwenden. Also mir sozusagen unterstellt, ich würde mich nicht branchenüblich, also vielleicht auch unprofessionell oder unhöflich verhalten. Und das habe ich jetzt seitdem öfter realisiert, dass manche Menschen die Anrede ‚Guten Tag‘ nicht als höflich empfinden. Denn im Rechtsstreit mit [Unternehmen 1] war das auch eine Argumentation von dem Gericht, dass die Anrede ‚Guten Tag Vorname Nachname‘ als nicht höflich genug empfunden wird. [...] Das hat mich ganz schön überascht und gestresst. Und das hat mich dann auch davon abgehalten, weitere Unternehmen anzuschreiben.“ (Interview 4)

Die Entscheidung für einen Klageprozess im Sinne des AGGs beinhaltet ähnliche Risiken einer fortgeführten Konfrontation mit TIN*-feindlichen Narrativen. Des Weiteren kommen finanzielle Risiken durch möglicherweise zu tragende Prozesskosten sowie eine potenzielle Exponierung und unerwünschte Aufmerksamkeit der Öffentlichkeit hinzu. Eine Möglichkeit, die finanziellen Risiken der Prozessführung zu verringern, bietet gegebenenfalls der Abschluss einer Rechtsschutzversicherung. Nicht-binäre Menschen, die sich dazu entschließen, sind jedoch mit weiteren Zugangshürden und Diskriminierungsrisiken auf dem Versicherungsmarkt konfrontiert ([siehe Exkurs S. 11](#)).

Die Allgegenwärtigkeit einer binären Geschlechterlogik und des Misgenderings sowie die Häufigkeit negativer Erfahrungen im Rahmen von Klärungsprozessen führen bei einigen nicht-binären Personen zu einem Herabsinken der eigenen Ansprüche an die Berücksichtigung ihres Geschlechts im Kund*innenkontakt oder zu Resignation, was die Möglichkeiten einer Klärung angeht.

„Ich schreibe denen das ja gleich in meine Initiativ-E-Mail rein und mache den Service und sage, wie es zu laufen hat und bestehe auch nie auf die richtige Schreibweise meines Namens. Ich bin immer nur, ich will nur die richtige Anrede, ihr könnt meinen Namen falsch schreiben, wie ihr wollt. Eigentlich bin ich da sehr picky, aber im Online-Handel nicht, sozusagen. Da habe ich mir die Hürden herabgesetzt oder die Anforderungen herabgesetzt.“ (Interview 4)

Bedarfe und Gestaltungsideen nicht-binärer Personen für den Onlinehandel

Weniger Fokus auf Geschlecht

Nicht-binäre Personen wünschen sich, bei der Nutzung von Onlinedienstleistungen seltener mit dem Fokus auf Geschlecht konfrontiert zu werden. Insbesondere wünschen sie sich weniger Geschlechtsabfragen. Dies würde bereits aufgrund der damit verbundenen Erinnerung an diverse Alltagsdiskriminierungen eine Erleichterung darstellen und zudem verhindern, dass es überhaupt zu falschen Geschlechtszuschreibungen oder Misgendering kommt, zu denen sie sich gegebenenfalls positionieren müssten.

Vor der Einführung von Geschlechtsabfragen oder anderen Fokussierungen auf Geschlecht als Kategorie sollten diese stets darauf überprüft werden, ob sie inhaltlich (beispielsweise für die Produktberatung) und technisch notwendig sind. Stattdessen wünschen sich die Interviewpartner*innen, dass bereits bestehende

Optionen für inklusive geschlechtsneutrale Kommunikation ausgeweitet werden, sodass Geschlechtsabfragen und geschlechtsspezifische Formulierungen sich erübrigen. Dies betrifft insbesondere die neutrale Anrede, die für alle gleichermaßen verwendet werden kann. Sind Geschlechtsabfragen trotzdem vorgesehen, so wünschen sich nicht-binäre Personen eine Möglichkeit, die Angabe zu verweigern, beispielsweise indem die Abfrage übersprungen werden kann oder neutrale Antwortoptionen enthalten sind, die sie nicht dazu zwingen, ihr Geschlecht offenzulegen. Solche Antwortoptionen können beispielsweise „keine Angabe“ bei Abfragen des Geschlechts oder die Option „neutrale Ansprache“ bei Abfragen der gewünschten Anrede sein. Eine solche Angabe würde zudem eine angemessene Repräsentationsmöglichkeit für Personen anbieten, die nach Personenstandsgesetz keinen amtlichen Geschlechtseintrag führen.

Ein geringerer Fokus auf Geschlecht in Online-shops hätte für nicht-binäre Personen zudem den positiven Effekt, für ihre Bedürfnisse und Interessen besser geeignete Angaben und Optionen nutzen zu können. So beschreiben die Interviewpartner*innen, sich eine einfachere Navigation der Onlinekataloge, mehr geschlechtsunabhängige Produktkategorien oder Filteroptionen zu wünschen. Sie sehen darin zudem eine Möglichkeit, cis-binäre Alltagsstrukturen aufzubrechen und geschlechtsneutrale Kommunikation zu normalisieren.

„Ich würde auf jeden Fall keine binäre Einteilung von der Kleidung machen, aber vielleicht irgendwie nach unterschiedlichen Looks. Man kann ja auch als eine Achse eher feminine oder eher maskuline Kleidung so filtern lassen, wenn Leute sich so präsentieren wollen. Und man kann ja auch noch ganz andere Sachen genauso dahin tun, wie irgendwie entspannt oder irgendwie Skater oder keine Ahnung was. [...] Dann

müsste man natürlich geschlechtergerechte Sprache verwenden. Das sowieso. Ich würde sagen, wenn man sich da irgendwie registriert, würde ich eigentlich gar kein Geschlecht abfragen, gar keine Anrede oder irgendwas. [...] Also das sehe ich zumindest in meiner Generation eher normalisiert, wenn man die Leute einfach beim Vornamen anspricht. Und, es ist, glaube ich, einfacher. Ich glaube auch, dass es eigentlich niemandem was angeht, dass man so ein Geschlecht hat. Außer es ist irgendwie relevant oder man will es teilen.“ (Interview 2)

„Dass man auf jeden Fall immer auswählen kann, auch wenn nur binäre Sachen sind, dass man es einfach nicht kommentieren möchte. Also keine Angabe einfach oder halt wirklich alle vier Optionen. Und wenn man dann wirklich die Mail auch bekommt mit der Bestätigung, dass dann einfach nur irgendeine nette Anrede ist mit so ‚Guten Tag‘ oder was auch immer, hallo, und dann einfach nur Vor- und Nachname, so wie es bei allen Menschen einfach gemacht werden kann, ohne dass es wichtig ist, ist es jetzt Frau, Herr oder anderes.“ (Interview 1)

Angemessene Repräsentationsmöglichkeiten

Sind Geschlechtsabfragen nötig, sollen zutreffende Geschlechtsoptionen zur Verfügung stehen. Angebotene Antwortoptionen sollten daher nie rein binär sein. Darüber hinaus wünschen sich die Interviewpartner*innen, dass die angebotenen Begriffe zur Selbstrepräsentation geeignet sind, also dass Antwortoptionen zur Verfügung stehen, die mit der eigenen Geschlechtsidentität übereinstimmen. Dabei ist ihnen bewusst, wie vielfältig mögliche Ausprägungen von Geschlecht sind und dass eine erschöpfende Abfrage daher nicht umsetzbar ist. Jedoch wünschen sie sich, dass zumindest eine Annäherung an die eigene Geschlechtsidentität

oder eine Repräsentation des eigenen amtlichen Geschlechtseintrags möglich ist. Dies nehmen sie als Form der Anerkennung ihres Geschlechts und der Existenz nicht-binärer Menschen wahr.

Das setzt voraus, dass Onlineformulare klar zwischen unterschiedlichen geschlechtsbezogenen Merkmalen wie beispielsweise Anrede und Geschlecht unterscheiden und die jeweils dazugehörigen passenden Begriffe als Antwortoptionen anbieten. Werden in der Kund*innenkommunikation Begriffe verwendet, die sich spezifisch auf ein nicht-binäres Geschlecht beziehen, wünschen sich nicht-binäre Personen, dass diese sich an Selbstbezeichnungen aus der nicht-binären Community oder den im Voraus individuell geäußerten Wünschen bezüglich der eigenen Ansprache orientieren, statt Fremdbezeichnungen zu reproduzieren. Insbesondere betonen sie, dass sie sich eine bewusstere und korrekte Nutzung des in Onlineabfragen stark verbreiteten Begriffs „divers“ wünschen. Dieser sollte nicht als Anrede abgefragt und nicht als solche genutzt werden.

Wenn die Angabe Herr, Frau, also die Angabe der Anrede verpflichtend ist, dann ist es natürlich notwendig, dass da irgendwas ist, was nicht nur Herr und Frau ist. Ich finde es aber auch tatsächlich sehr schön, wenn die Angabe nicht verpflichtend ist, aber es trotzdem irgendeine Auswahloption gibt, die sich anfühlt nach ‚jemand weiß, dass wir existieren‘. Positives Beispiel, da möchte ich [Unternehmen] anmerken, die haben die Anademöglichkeiten Herr, Frau, freigelassen und einen Regenbogen. Und ich finde diesen Regenbogen fürchterlich süß.“ (Interview 3)

Sensibler und transparenter Umgang mit geschlechtsbezogenen Daten

Die Interviewpartner*innen haben ein grundsätzliches Verständnis für punktuelle Relevanz geschlechtsbezogener Abfragen und sind generell bereit, geschlechtsbezogene Daten

herauszugeben, insbesondere, wenn dies in Bezug auf die gewünschte Dienstleistung relevant oder aufgrund rechtlicher Vorgaben erforderlich ist. Die routinemäßige Abfrage geschlechtsbezogener Daten in Kombination mit Unklarheit über den Zweck der Abfrage führt jedoch dazu, dass dies aus Kund*innenperspektive im Einzelfall schwierig zu beurteilen ist. Nicht-binäre Kund*innen möchten wissen, welcher Aspekt von Geschlecht abgefragt wird und zu welchem Zweck diese geschlechtsbezogenen Daten erhoben werden, um selbstbestimmt über die Herausgabe ihrer Daten zu verfügen und zu entscheiden, ob und wie sie eine Geschlechtsabfrage beantworten wollen. Dies ist wichtig, um eine geeignete Dienstleistung zu erhalten und sich gleichzeitig vor weiteren Diskriminierungsrisiken zu schützen. Um dabei zutreffende Antworten geben zu können, ist für nicht-binäre Personen relevant, ob die Abfragen sich auf das soziale Geschlecht beziehen, auf den amtlichen Geschlechtseintrag oder ob Informationen zu körperlichen Aspekten wie beispielsweise Körperform oder Hormonstatus benötigt werden. Sie äußern daher den Wunsch, dass der Erhebungszweck bei geschlechtsbezogenen Abfragen transparent kommuniziert wird, beispielsweise durch die Einblendung eines kurzen Informationstextes. Insbesondere bei der Verwendung der Antwortoption „divers“ auf geschlechtsbezogene Abfragen ist es wichtig zu wissen, ob diese Angabe lediglich unternehmensintern in der Datenbank hinterlegt wird, um das nicht-binäre Geschlecht der jeweiligen Kund*in in der Kommunikation zu berücksichtigen, oder ob die Angabe, beispielsweise durch die Nutzung als Anrede auf Paketen, offengelegt wird.

Signale für TIN*-Freundlichkeit setzen

Die Interviewpartner*innen betonen, dass es eine Erleichterung wäre, gezielter und einfacher ‚safer spaces‘ für nicht-binäre Menschen im Onlinehandel zu finden. Um einfacher einen Hinweis auf die grundsätzliche Haltung eines Unternehmens zu erhalten, wäre hierzu eine

Ausweitung TIN*-freundlicher Kennzeichnungen und Selbstverpflichtungen hilfreich, die auf der Webpräsenz des Onlineshops sichtbar abgebildet und von Kund*innen schnell erkannt werden können. Eine noch differenziertere Beurteilung erlauben Zertifizierungen, die Unternehmen erst nach der Prüfung auf LGBTQI+-Freundlichkeit erhalten. Ob die Entwicklung zusätzlicher Zertifizierungen, die spezifisch nicht-binäre Perspektiven abbilden, hierfür notwendig wäre, wird von den Interviewpartner*innen unterschiedlich eingeschätzt. Einige geben an, dass bereits bestehende LGBTQI+-freundliche Zertifizierungen oder Selbstverpflichtungen, die eine grundsätzliche Diversitätssensibilität beinhalten, wie etwa die Charta der Vielfalt, hierfür bereits hilfreich sind, während andere anmerken, dass diese aus einer nicht-binären Perspektive weiter geschärft werden könnten. Neben einer Signalwirkung für einzelne Kund*innen schätzen sie auch die gesellschaftliche Signalwirkung solcher Selbstverpflichtungen als wichtig ein.

„Was ich auch gut fände, wäre, wenn das Unternehmen sich selber committet, und das signalisiert zum Beispiel durch Icons oder Farbgebung, [...] Ja, wir stehen mit der nicht-binären trans und inter* Community und committen uns dazu, sozusagen. Das ist eines unserer Unternehmenswerte. [...] Auf der Ebene würde ich gerne auch zum Beispiel so einen Stiftung Warentest oder so ein Verbraucher*innenzentralen-Label begrüßen, die sagen, dieses Unternehmen ist geprüft und das Unternehmen wirbt dann damit und sagt, wir sind geprüft und wir haben eine Eins bekommen.“ (Interview 4)*

„Ausdrückliche Positivsignale eines Händlers helfen, mit dem Valide-Fühlen und mit dem Umgang mit der Gesamtsituation gesellschaftlich und halt, der Handel setzt halt auf Signale für gesellschaftliche Veränderung, möglicherweise.“ (Interview 3)

Die Unterstützung durch öffentliche Stellen ausweiten

Das Ergreifen von Schritten gegen Misgendering und andere Formen TIN*-feindlicher Diskriminierung ist für nicht-binäre Einzelpersonen oder kleine Selbstorganisationen ressourcenaufwendig und für viele engagierte Personen emotional sehr belastend. Zudem machen viele die Erfahrung, dass einzelne Beschwerden und Hinweise nicht zu nachhaltigen Änderungen der diskriminierenden Praktiken führen. Entscheiden sich einzelne nicht-binäre Kund*innen angesichts der erfahrenen Diskriminierung dazu, zu klagen, sind sie im Rahmen der Prozessführung mit besonders langwierigen und belastenden Prozessen konfrontiert. Sie fordern daher eine Ausweitung der kollektivrechtlichen Klagemöglichkeiten und eine Ausweitung des Klagerechts auf öffentliche Institutionen wie beispielsweise die Antidiskriminierungsstelle des Bundes.

„Und da der Druck, der auf Onlinehändler ausgeübt wird, im Moment ja rein aus der Zivilgesellschaft kommt, [...] gibt es wenig Grund für große Händler was zu ändern. Kleine Händler machen es vielleicht aus Kundenbindung und die richtigen Riesen, die machen es, weil sie ansonsten im Amerika verklagt werden und da wird es teuer. Aber gerade die im mittleren Bereich... Die meisten nicht-binären Menschen haben nicht den Nerv, da eine Klage aufzuziehen.“ (Interview 3)

Förderung von Sensibilisierung und Genderkompetenz

Die Interviewpartner*innen führen die erlebten Diskriminierungssituationen auf strukturell verankerte cis-binäre Gendernormen zurück. Die Erfahrungen im Onlineshopping verweisen auf gesamtgesellschaftliche Probleme und spiegeln diese wider. Daher wünschen sie sich eine bessere Aufklärung und Sensibilisierung zu geschlechtlicher Vielfalt bereits ab der Kindheit. Sie sehen dies als Chance zur Perspektivübernahme und

Normalisierung nicht-binärer Geschlechtsidentitäten sowie als Maßnahme zur Prävention von Diskriminierung. Darüber hinaus würden auf diesem Weg auch die allgemeine Genderkompetenz und die Kompetenz im Umgang mit gendersensibler Sprache gefördert. Zumindest solche Fälle von Misgendering, die auf Unwissen oder Unsicherheiten im Umgang mit gendersensibler Sprache zurückgehen, könnten damit weiter abgebaut werden. Angesichts der Tatsache, dass nicht-binäre Menschen häufig mit der Anforderung konfrontiert sind, sich in Bezug auf ihr Geschlecht (zum Beispiel zur Nutzung von geschlechtsneutraler Sprache oder Neopronomen) zu erklären, würde dies langfristig zu einer Erleichterung der Kommunikation beitragen.

„Wir leben in einer christlich-hegemonialen, cis-sexistischen Gesellschaft, die alles, was irgendwie trans ist oder gender-nonkonform, entrückt hat. Und wo wir jetzt als trans* Personen gerade erst anfangen, Rechte zu bekommen, anfangen gesehen zu werden, anfangen selbst über uns sprechen zu können. Und die meisten Leute in der Gesellschaft meinen, sie würden gar keine trans* Personen kennen in ihrem persönlichen Umfeld, auch wenn es vielleicht tatsächlich anders ist. Und wenn sie ein Verständnis von trans* sein haben, dann halt häufig noch ein sehr binäres. Und, ja, ganz viele Leute wissen einfach nicht, was nicht-binär ist.“ (Interview 2)*

„Also, da muss man halt früh anfangen, wenn man mit Kindern über geschlechtliche Vielfalt redet. Dann haben die in den seltensten Fällen irgendwelche negativen Gefühle dazu, sondern die finden das interessant und nehmen das gerne so auf und sind ganz flexibel damit, welche Namen oder Pronomen Leute verwenden wollen. Und haben auch, glaube ich, gar kein Problem damit, Leute so authentisch zu sehen, als Geschlecht was sie sind.“ (Interview 2)

Begründungen für die Ungleichbehandlung aus Sicht des Onlinehandels

Im Folgenden werden Begründungsnarrative fokussiert, welche aus dem Interview mit zwei Vertreter*innen eines der untersuchten Online-shops herausgearbeitet wurden.

Die technische Umstellung auf inklusive Geschlechtsabfragen ist aufwendig

Der Aufwand, der für die Umstellung der Datenerfassung und der dazugehörigen Datenbanken auf ein nicht-binäres System erbracht werden muss, ist je nach Ausgangslage unterschiedlich hoch. So geht aus dem Interview hervor, dass es relativ unproblematisch sei, ein nicht-binäres Geschlechtersystem mit drei oder mehr Geschlechtsoptionen umsetzen, wenn eine Datenbank neu aufgebaut werde. Dahingegen erfordere die Umstellung bestehender Datenbanken mehrere Prozessschritte, die zum Teil mit hohem Zeit- und Personalaufwand verbunden seien. Dies erfordere auch, bestehenden Datensätze zu überarbeiten. Im Bereich der Kund*innenkonten betreffe das vor allem die hinterlegten Geschlechtsangaben beziehungsweise Ansprachen, während es im Bereich des Kund*innensupports und der externen Kommunikation nötig werde, eine große Menge an Textbausteinen und weiteren Vorlagen anzupassen. Während kleinere Unternehmen hier im Vorteil seien, sei es insbesondere für große oder ältere Unternehmen mit langfristig gewachsenen Datenbanken ein langer Prozess, dies umzusetzen.

„Wenn Sie jetzt beispielsweise morgen sich entscheiden, ich mache einen Online-Shop auf und baue den komplett neu auf, das dann entsprechend auch im Warenwirtschaftssystem, in den Kundendateien und so weiter zu unterlegen, ist relativ simpel. Wenn Sie aber aus einem relativ großen gewachsenen

*Datenstand kommen, ist es alles andere als das. Sie müssten letztlich in unserem Fall [x] aktive Kund*innensätze, Datensätze entsprechend überarbeiten lassen, um das überall sicherzustellen, dass es in der Kategorisierung richtig ist. [...] Wenn Sie das dann nochmal weiterdrehen, beispielsweise in den Kund*innenservice hinein, verhält es sich da genauso. Da müssen im Zweifel Zehntausende Textbausteine angepasst werden, da müssen Briefvorlagen angepasst werden, es zieht einen großen Rattenschwanz nach sich.“*
(Interview Onlinehandel)

Darüber hinaus stellt die Notwendigkeit zum Datenabgleich mit Dritten eine weitere Hürde für die Einführung nicht-binärer Geschlechtersysteme oder die Abschaffung von Geschlechtsangaben dar. So verweisen die Interviewperson auf die Notwendigkeit, zur eigenen Absicherung oder zur Zahlungsabwicklung mit Dienstleistenden zusammenarbeiten zu müssen, welche selbst rein binär eingerichtete Datenbanken führen, wie beispielsweise die Schufa oder Banken. Eine nicht flächendeckende Umstellung über verschiedene Stellen hinweg könne so zu Schwierigkeiten bei Datenabgleichungen und -übertragungen führen. Da es sich bei den Datenbanken dieser Dienstleistenden ebenfalls häufig um langfristig gewachsene Systeme handle, sei bei diesen die Umstellung auf ein nicht-binäres System entsprechend erschwert.

„Wir haben drei Optionen im Shop und es ist, ich glaube, das wird häufig von außen so ein Stück weit vergessen, bis heute funktioniert beispielsweise eine Schufa oder auch allgemein eine Bonitätserhebung nach einem binären Geschlechtssystem, zumindest sehr mehrheitlich, was uns vor die Herausforderung bei der Anmeldemaske gestellt hat, wie können wir das miteinander kombinieren. Deshalb ist ein Geschlechtsmerkmal bei uns auch weiterhin, als solches, Pflicht. Es ist kein

freiwilliges Feld, Sie müssen wählen, aber Sie haben eben die drei Optionen und nicht mehr nur binär.“ (Interview Onlinehandel)

Onlineshops möchten niedrigschwellig für eine breite Kund*innenbasis sein

Aus Perspektive der Onlineshops ist es wichtig, eine breite Kund*innenschaft anzusprechen. In der Bedienbarkeit und Kommunikation ist daher häufig das Ziel, sich an verschiedenste Gruppen gleichzeitig zu wenden. Ein Verzicht auf binäre Filterfunktionen und Produktkategorien sei aus Sicht der Unternehmen für einen großen Teil der Kund*innenschaft, die diese Funktionen gewohnt sei, verwirrend.

„Es sind immer mal wieder Tests gefahren worden. [...] Das führt bei uns aber in der Gesamthaftigkeit bislang mehr zur Verwirrung. Deshalb wird sich weiterhin beispielsweise bei Bekleidung für ein binäres System entschieden.“ (Interview Onlinehandel)

Auch in Bezug auf die Sprache in der externen Kommunikation wollen Unternehmen vor allem schnell und einfach verständlich sein. Dies spreche gegen die Nutzung gendergerechter Sprache mit Sonderzeichen, etwa den Genderstern, da diese die Verständlichkeit erschwere. Eine genderneutrale Sprache stelle in den Bereichen Verständlichkeit und Inklusion hingegen eine gute Alternative dar und werde auch bereits genutzt. Da diese in allen Interaktionen einsetzbar ist, kann sie auch von KI, beispielsweise Chatbots, gut eingesetzt werden.

„Wir haben festgestellt, dass die Verständlichkeit an einigen Stellen darunter gelitten hat und sind stattdessen in einigen Bezeichnungen eher zu einer Neutralisierung beispielsweise übergegangen.“ (Interview Onlinehandel)

„Vieles machen heute auch die AI-basierten Systeme in den Chatbots direkt. Also wo es dann auch in einer am Ende genderneutralen Ansprache einfach über den Vornamen geht.“ (Interview Onlinehandel)

Sprachkonventionen erschweren die Umstellung

Während Datenabfragen und automatisch beziehungsweise über Textbausteine erstellte Kommunikation über die Umstellung der Datenbanken auf neutrale Sprache eingestellt werden können, sind im direkten Kund*innenkontakt zusätzliche Hürden gegeben. So sei eine förmliche Sprache unter Nutzung bestimmter Höflichkeitsformen im Deutschen in der Regel geschlechtsspezifisch. Diese zu wahren, könne insbesondere im Konfliktfall besonders wichtig für Kund*innen sein. Dies festige Sprachkonventionen, die sich auf ein binäres Geschlechtersystem beziehen. Hinzu komme der Aspekt der beruflichen Routine: Nicht-binäre Personen müssten zunächst im Kontakt als solche erkannt werden (etwa über einen entsprechenden Eintrag im Kund*innenkonto) und der Kontakt auf diese angepasst werden. Da ein Großteil der Kund*innenschaft sich weiterhin als Mann oder Frau identifiziere, komme es dabei aus Versehen und Routine auch zu Fehlern der individuellen Mitarbeitenden in Form unpassender Ansprachen.

*„Komplexer wird es im direkten Kund*innenkontakt beispielsweise per E-Mail in Klärfällen oder dergleichen. Zumal da nicht wenige Kundinnen und Kunden noch weiterhin gerne gesiezt werden möchten. [...] Die ganz überwiegende Mehrheit der Menschen ist tatsächlich auch mit Mann und Frau entsprechend hinterlegt. Die Herausforderung ist tatsächlich eher für unsere Kolleg*innen im Service, bei den wenigen Menschen, die es nicht angewählt haben, das rechtzeitig zu*

erkennen. Und da schleift sich, und gar nicht aus einer Boshaftigkeit heraus, einfach eine Routine rein.“ (Interview Onlinehandel)

Zusammenfassung der Ergebnisse – Diskriminierung von Nicht-Binären Personen im Onlinehandel

Die Studienergebnisse zeigen, je nach Fokus auf unterschiedliche Kontaktformen der Kund*innenkommunikation im Onlinehandel, unterschiedliche Ergebnisse in Bezug auf das Diskriminierungspotenzial gegenüber nicht-binären Personen. Zwei Drittel der vorhandenen Registrierungsformulare für Kund*innen-Kontos der untersuchten Online-Shops weisen ein moderates bzw. hohes Diskriminierungspotenzial auf. Nur Registrierungsformulare, welche keine Daten zu Geschlecht abfragten, wurden aus Perspektive nicht-binärer Personen als nicht (geschlechtsbezogen) diskriminierend eingeschätzt. In den automatisch erstellten Antwortmails der Onlineshops infolge einer Kontoanmeldung wurde weniger Diskriminierungspotenzial festgestellt. Nur 23 % der automatischen Antwortmails wurde ein hohes Diskriminierungspotenzial zugeschrieben. Jedoch zeigte sich für den direkten persönlichen Kund*innen-Support in 36 % des nicht-automatisierten Mailkontakts ein hohes Diskriminierungspotenzial.

Die Ergebnisse weisen auf zwei Formen von Diskriminierung hin: Diskriminierung von non-binären Personen durch automatisierte Prozesse und Tools (institutionelle Ebene) sowie Diskriminierung durch die Voreingenommenheit gegenüber Nicht-Binarität (individuelle und institutionelle Ebene). In Bezug auf die Nutzung von automatisierten Tools (wie Registrierungsformularen) fielen für nicht-binäre Personen vor allem der Zwang zur Geschlechtsangabe sowie die fehlenden und nicht korrekten Antwortoptionen besonders belastend ins Gewicht. Der

automatisierte Anschlussprozess (hier: automatisierte Antwortmails) wies zwar in weniger Fällen ein Diskriminierungspotenzial gegenüber nicht-binären Personen auf, aber in knapp jeder vierten Antwortmail kam es zu falschen Geschlechtsansprachen. Dass es in der Branche des Onlinehandels auch zu individueller Diskriminierung kommen kann – welche immer auch durch die institutionelle Kultur geprägt ist (z. B. Richtlinien) – zeigt das vorhandene Diskriminierungspotenzial in der persönlichen Kommunikation mit dem Kund*innen-Support. Insgesamt unterstreichen die Ergebnisse des Testings, wie häufig die Erfahrung des Misgenderns im Bereich des Onlinehandels für nicht-binäre Menschen vorkommt. Dies gilt insbesondere im Onlinehandel, in dem Geschlecht unabhängig vom gewünschten Produkt regelmäßig systematisch und verpflichtend erfasst wird. Diskriminierung beim Onlineshopping vollständig zu vermeiden, nehmen nicht-binäre Kund*innen entsprechend als nicht realistisch wahr. Vielmehr machen sie deutlich, mit ihrem Verhalten ständig zwischen verschiedenen, als unterschiedlich ernst bewerteten Diskriminierungsrisiken abwägen zu müssen.

Zur Bewertung des Diskriminierungspotenzials wurde methodisch ein partizipativer Ansatz gewählt, das auf den Erfahrungen und Bewertungen nicht-binärer Personen aufbaut. Die Ergebnisse verdeutlichen so auch Benachteiligung aufgrund des Geschlechts, die über den Schutz der aktuellen Antidiskriminierungsgesetzgebung hinausgehen und auf die entsprechenden Schutzlücken hinweisen: Es zeigen sich Situationen, v. a. durch Zwang zur Geschlechtsangabe und falscher Geschlechtsansprache, die zwar auf gesetzlicher Grundlage nicht als Diskriminierung anerkannt sind, für nicht-binäre Personen sind sie jedoch regelmäßig belastend oder sogar potenziell bedrohlich. Häufig werden diese Situationen, etwa der Einkauf in bestimmten Onlineshops oder die Angabe geschlechtsbezogener

Daten, daher vermieden. Das Sicherheitsempfinden und in der Konsequenz auch die gleichberechtigte Teilhabe nicht-binärer Kund*innen sind so bereits eingeschränkt, bevor das AGG in Kraft treten könnte. Die Studienergebnisse verdeutlichen, dass die (meist erzwungene) Auskunft über das eigene Geschlecht für nicht-binäre Menschen eine hochsensible Frage ist, für die der Wunsch nach Anerkennung und stigmatisierungsfreier Repräsentation ihres Geschlechts gegen das eigene Schutzbedürfnis ebenso abgewogen werden muss. Insbesondere Bedenken, nach der Angabe einer nicht-binären Geschlechtsoption ungewollt geoutet zu werden, müssen angesichts des Risikos, weitere Diskriminierung auf sich zu ziehen, ernstgenommen werden. Die nicht-binären Interviewpartner*innen bemängeln die fehlende Transparenz zum Umgang mit ihren geschlechtsbezogenen Daten. Diese gehören nicht zu den Kategorien personenbezogener Daten, welche die DSGVO als besonders schützenswert definiert. Aus Sicht der Gesetzgebung ist die Erhebung und Verarbeitung geschlechtsbezogener Daten somit sehr viel umfangreicher und einfacher möglich als die Datenerhebung zu Kategorien wie sexuelle Orientierung oder Herkunft, die einen besonderen Schutzstatus innehaben. Wie wichtig dieser Datenschutz auch von Geschlechtsangaben für nicht-binäre Person ist, wird nicht zuletzt angesichts der hohen Gewaltrate gegen TIN*-Personen deutlich. So sind die erfassten hasskriminellen Straftaten im Bereich „geschlechtsbezogene Diversität“ 2024 im Vergleich zum Vorjahr deutlich gestiegen (vgl. BMI 2025, S. 11).

Begründungen aus dem Onlinehandel, dass diese Umstellung in automatisierten Tools schwierig sei, sind:

1. Aufwand für die technische Umsetzung und Datenüberarbeitung sowie fehlende Möglichkeit des Datenabgleichs mit weiteren Dienstleister*innen (z. B. Banken)

2. geringere Reichweite für ein breites Publikum durch „Verwirrung“
3. traditionelle formelle Ansprachen gehen mit binären Sprachkonventionen einher

Nicht-binäre Menschen sind also selbst in der Verantwortung, den Umgang mit entsprechenden Informationen zu koordinieren und abzuwägen, wann die Angabe des eigenen Geschlechts für sie sicher ist. Dies verdeutlicht, dass allein das Einführen einer dritten Geschlechtsoption nicht ausreicht, um Diskriminierung gegenüber nicht-binären Personen abzubauen. Entsprechend wird als primärer Wunsch nicht-binärer Personen meist die Ausweitung und Normalisierung genderneutraler Kommunikation benannt, die alle Geschlechter inkludiert, ohne einzelne Personen zu zwingen, ihr Geschlecht offenzulegen. Hier weisen die Ergebnisse auch in eine positive Richtung: Auch wenn das Misgendern weiterhin überaus gängig ist, etabliert sich die genderneutrale Kommunikation immer stärker (z. B. durch automatisierte Antwortmails ohne Geschlechtsansprache). Hier decken sich aktuelle Entwicklungen bereits teilweise mit den Bedarfen nicht-binärer Kund*innen. Etwas langsamer verläuft diese Umstellung im Bereich der direkten Kommunikation über Support-E-Mails. Mitarbeitende im Kund*innen-Support greifen eher auf die als höflicher wahrgenommenen binär gegenderten Sprachkonventionen zurück. Nicht-binäre Personen wünschen sich daher eine weitere Normalisierung genderneutraler Sprachformen in unterschiedlichen Kontexten, auch in förmlichen Settings. Wenn Online-shops an gängigen binären Formulierungen als (automatisierter) Standard festhalten, nimmt die Wichtigkeit einer korrekten Anpassung der Kommunikation im individuellen Kund*innenkontakt zu, um diskriminierungsarm zu handeln. Im Vergleich der drei Mail-Varianten mit unterschiedlicher Sichtbarkeit der Nicht-Binarität gab es in den Antworten bemerkenswerte Unterschiede.

In Reaktion auf Variante 3 (mit Bitte um nicht-binäre Ansprache) erfolgten teilweise explizite Bezugnahmen auf den Umgang des Unternehmens mit genderneutraler Sprache. Dies kann als Hinweis gelesen werden, dass das explizite Offenlegen der Nicht-Binarität als Aufforderung zur Positionierung verstanden wird. Gleichzeitig ist dieser Effekt in den Reaktionen auf Variante 2, in der das nicht-binäre Geschlecht an der Nutzung von Neopronomen in der E-Mail-Signatur sichtbar gemacht wird, nicht feststellbar. Insbesondere in Kombination mit den starken Ähnlichkeiten der Reaktionen auf Variante 1 (ohne Sichtbarkeit der Nicht-Binarität) und Variante 2 liegt die Annahme nahe, dass die Nutzung von Neopronomen in der E-Mail-Signatur kaum zu einer Wahrnehmung der Nicht-Binarität führte.

Zusammenfassend zeigt sich – ähnlich wie im Kontext von Modulstudie 1, dass die Verantwortung dafür, nicht diskriminiert zu werden, vor allem bei den Betroffenen selbst liegt. Für diese spielt der Mehraufwand durch ständige Informationssuche, Aufklärungsarbeit sowie die beständige gesellschaftlich ausgrenzende Markierung nicht-binärer Menschen als abweichend (Othering) eine zusätzlich belastende Rolle. Insbesondere ist zu beachten, dass die Anforderung, das nicht-binäre Geschlecht offenzulegen, mit einem Outing und den damit verbundenen Risiken einhergehen kann. Die eigene Nicht-Binarität offenzulegen, sollte daher nicht eingefordert werden. Vielmehr liegt es bei jeder Person selbst, über den Umgang mit dieser Information situativ zu entscheiden.

Die Verantwortung, Diskriminierung gegen nicht-binäre Personen abzubauen, liegt in der Gesamtgesellschaft. Um ein genderinklusives Umfeld zu schaffen und geschlechtsbezogener Diskriminierung entgegenzuwirken, braucht es Sensibilität, Wissen und institutionelle Veränderung im Bereich der Waren und Dienstleistungen im digitalen Raum. Aktuell fällt diese Aufgabe

weiterhin maßgeblich an die TIN*-Community selbst, etwa indem sie Aufgaben der Sensibilisierungs- und Aufklärungsarbeit sowie der Antidiskriminierungsarbeit übernehmen, beispielsweise über eine gezielte Vernetzung, Informationssammlung und/oder AGG-Prozessführung. Um diese gesellschaftlich wichtigen Aufgaben zu übernehmen, nehmen sie hohe und finanzielle Risiken in Kauf.

Methodische Zusammenfassung

Ergebnisse der Methodenentwicklung

Im Rahmen des Forschungsprojektes wurden Testingverfahren entwickelt und erprobt, welche im Kontext der Diskriminierungsforschung im Bereich Waren und Dienstleistungen im digitalen Raum angewendet wurden. Mithilfe der Erhebung öffentlich zugänglicher Daten im digitalen Raum wurden diskriminierungskritische Forschungsfragen im Kontext der Altersdiskriminierung bei KFZ-Haftpflichtversicherungstarifen sowie im Kontext der Diskriminierung von nicht-binären Menschen in der Kund*innenkommunikation im Onlinehandel untersucht. Die inhaltlichen Ergebnisse sind in den jeweiligen Zusammenfassungen der Kapitel zu Modulstudie 1 und 2 nachzulesen. Im Folgenden wird auf einige Erfahrungen, Herausforderungen und Schlussfolgerungen aus der Methodenentwicklung eingegangen.

(Teil-)automatisiertes Testingverfahren auf Vergleichsportale – Modulstudie 1

Für diese Modulstudie wurde eine (teil-)automatisierte Testingmethode zur Abfrage von Versicherungsangeboten über ein algorithmisches Vergleichsportale entwickelt. Mithilfe eines experimentellen Vignettendesigns (unterschiedliche Personenprofile) wurde ein umfassender Datensatz erhoben. Ergänzt wurde die quantitative Erhebung mit qualitativen Interviews zur Vertiefung der Perspektiven von älteren KFZ-Halter*innen, die potenziell von Altersdiskriminierung im Versicherungswesen betroffen sind, sowie mit Interviews mit Vertretungen der Versicherungsbranche und der Antidiskriminierungsberatung.

Die Methode ermöglichte es, 640 Tarifabfragen zu Kfz-Haftpflichtversicherungen abzufragen und einen Datensatz zu generieren, der für eine statistische Auswertung diskriminierungsrelevanter Forschungsfragen geeignet war. Die Variablen Alter, Schadenfreiheitsklasse und Geschlecht wurden im experimentellen Design variiert. So wurde durch die statistische Auswertung sichtbar, welchen Einfluss diese Kategorien auf den Tarif haben. Jedoch muss dabei berücksichtigt werden, dass in einem Vergleichsportale aufgrund unterschiedlicher Versicherungsangebote – und gerade bei KFZ-Versicherungen – sehr viele Variablen optional erfragt werden, welche ggf. konstant gehalten werden müssen. Eine zusätzliche KI-gestützte Ausfüllhilfe (hier UI Path) erleichterte die Datenerhebung. Gleichzeitig steckt die Bandbreite der auszufüllenden Variablen auch den Rahmen ab, in dem Forschungsfragen mithilfe dieser Testingmethode untersucht werden können.

Die Datenerhebung der Abfragen über Vergleichsportale ermöglicht es, Tarife branchenweit zu untersuchen. Sie entsprechen exakt den Angeboten, welche Privatpersonen bekommen, wenn sie sich über diese Portale auf die Suche nach einer neuen Versicherung begeben. Gleichzeitig muss berücksichtigt werden, dass über Onlinevergleichsportale nicht alle Versicherungsunternehmen erfasst sind bzw. nicht alle Versicherungsprodukte.

Die Testingmethode ermöglichte die Erhebung über die durchschnittliche Tarifhöhe verschiedener *Versicherungsangebote* (hier: Mittelwerte der Top-20-Tarifangebote). Die erhobenen Daten

geben keine Auskunft darüber, welche Tarifhöhe Versicherungsnehmende letztendlich tatsächlich zahlen.

Partizipatives Testingverfahren im Onlinehandel – Modulstudie 2

Im Rahmen dieser Studie wurde ein Testingverfahren entwickelt, mit dem die Abfrage und die Verarbeitung geschlechtsbezogener Daten sowie resultierende Geschlechtsansprachen im Onlinehandel nach ihrem Diskriminierungspotenzial für nicht-binäre Personen im Online-raum untersucht werden können. Ziel war es, mit einem partizipativen Forschungsansatz vor allem die Perspektive von nicht-binären Personen auf die Ungleichbehandlungen zu untersuchen, die für nicht-binäre Personen zu relevanten Belastungen und Benachteiligungen führen. Im Folgenden werden Potenziale, Grenzen und Empfehlungen zur Anwendung der partizipativen Testingmethode diskutiert.

Der partizipative Ansatz schärfte in dieser Studie den Blick für cis-binäre Normen und ermöglichte das Testing entlang der Punkte, die für nicht-binäre Personen relevant sind. Die Beteiligung nicht-binärer Personen über alle Projektphasen hinweg diente als Korrektiv und wirkte der unbeabsichtigten Reproduktion cis-binärer Perspektiven im Forschungsprozess entgegen. Ob eine erfasste Ungleichbehandlung als relevant eingeordnet wird, orientiert sich dabei (bewusst) nicht daran, ob eine Diskriminierung im rechtlichen Sinne vorlag, sondern an der Relevanz für nicht-binäre Personen und deren Alltagserfahrungen. Die Beteiligung von Vertreter*innen der TIN*-Communitys setzte neben Ergebnisoffenheit voraus, dass bereits bei der Projektplanung ausreichende zeitliche und finanzielle Mittel vorgesehen werden, um eine kontinuierliche Projektbegleitung zu ermöglichen.

Das entwickelte partizipative Testingverfahren eignet sich für zukünftige Fragen der Diskriminierungsforschung, um verschiedene Aspekte (nicht) gendergerechter Sprache und die damit verbundene Ungleichbehandlung im Onlinehandel zu beleuchten. Dabei können verschiedene Aspekte fokussiert werden, so können Dienstleistungen auf „Safer Spaces“ oder ihr Belastungspotenzial für nicht-binäre Personen hin untersucht werden. Ebenso können die Testingkategorien mit leichten Anpassungen auf juristisch relevante Aspekte reduziert werden, um potenzielle Diskriminierung im rechtlichen Sinn zu untersuchen oder nachzuweisen. Hierfür könnte das Testing erweitert werden: So könnte beispielsweise nachvollzogen werden, in wie vielen Fällen eine Registrierung nötig ist, um eine Dienstleistung in Anspruch zu nehmen, und ob in diesen Fällen ein Zwang zur falschen Geschlechtsangabe besteht. Erst diese Kombination aus Ungleichbehandlung aufgrund eines geschützten Merkmals und Verweigerung bzw. Unzugänglichkeit einer Dienstleistung bewegt sich auch im Rahmen der aktuell im rechtlichen Sinne als Diskriminierung anerkannten Benachteiligung. Der Abgleich zwischen beiden Perspektiven kann genutzt werden, um rechtliche Schutzlücken zu identifizieren.

Das Testingverfahren ist auch auf unterschiedliche Onlinedienstleistungen übertragbar. Die für das Testing entwickelte Typisierung entlang des Diskriminierungsrisikos ist mit einfachen Mitteln rekonstruierbar und mit leichten Anpassungen auf verschiedene Branchen bzw. Onlinedienstleistungen anwendbar, in denen es zu diskriminierenden Ansprachen kommen kann (z. B. Registrierung und Terminvereinbarung bei Behörden, bei Gesundheitsdienstleistungen oder beim Abschluss privatrechtlicher Versicherungen). Ebenso kann sie zur Einschätzung der sprachlichen Gendergerechtigkeit eigener oder fremder Onlinepräsenzen im Einzelfall genutzt werden.

Die aktuellen Ergebnisse sind explorativ, ein quantitativer Fokus mit repräsentativen Ergebnissen wäre aber möglich. Die vorliegende Testingstudie fokussiert die qualitative Typenbildung, um das Feld der wissenschaftlichen Testings zu geschlechtsspezifischen Ansprüchen explorativ zu eröffnen. Die Studie bietet so eine communitybasiert erarbeitete Grundlage für quantitativ ausgerichtete Studien, die repräsentative Ergebnisse zur Verbreitung von (nicht) gendergerechter Sprache erzielen können.

Literaturverzeichnis

Alisch, Monika (2021): Partizipative Forschung. In: socialnet Lexikon.

Online: <https://www.socialnet.de/lexikon/29073> [Letzter Zugriff: 14.08.2024].

Antidiskriminierungsstelle des Bundes [ADS Bund] (2018): Erhebung von subjektiven Diskriminierungserfahrungen. Erste Ergebnisse von Testfragen in der SOEP Innovations-Stichprobe 2016. Berlin. Online: https://www.antidiskriminierungsstelle.de/SharedDocs/downloads/DE/publikationen/Expertisen/erhebung_von_subjektiven_diskr_erfahrungen_soep_innovations_stichprobe.pdf?__blob=publicationFile&v=3 [Letzter Zugriff: 28.11.2025].

ADS Bund (2025): Altersdiskriminierung–Erkennen, Verstehen, Begegnen.

Online: https://www.antidiskriminierungsstelle.de/SharedDocs/downloads/DE/publikationen/Umfragen/20250324-Altersdiskriminierung-Kurzstudie.pdf?__blob=publicationFile&v=4 [Letzter Zugriff: 28.11.2025].

Armbrüster, Christian (2010): Benachteiligungsverbot und Rechtfertigungsgründe beim Abschluss privatrechtlicher Versicherungen, [Hrsg.] Antidiskriminierungsstelle des Bundes.

Online: https://www.antidiskriminierungsstelle.de/SharedDocs/downloads/DE/publikationen/Expertisen/expertise_benachteiligungsverbot_beim_abschluss_priv_versicherungen.pdf?__blob=publicationFile&v=3 [Letzter Zugriff: 28.11.2025].

Auspurg, Katrin; Schneck, Andreas; Hinz, Thomas (2019): Closed doors everywhere? A meta-analysis of field experiments on ethnic discrimination in rental housing markets.

In: *Journal of Ethnic and Migration Studies* 45 (1), S. 95–114.

Online: <https://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/1369183X.2018.1489223>

[Letzter Zugriff: 10.08.23].

Ayalon, Liat; Tesch-Römer, Clemens (2018): *Contemporary perspectives on ageism*.

Berlin: Springer.

Beigang, Steffen; Boll, Friederike; Egenberger, Vera; Hahn, Lisa; Leidinger, Andreas; Tischbirek, Alexander; Tüner, Defne (2021): Möglichkeiten der Rechtsdurchsetzung des Diskriminierungsschutzes bei der Begründung, Durchführung und Beendigung zivilrechtlicher Schuldverhältnisse. Online: www.antidiskriminierungsstelle.de/SharedDocs/downloads/DE/publikationen/Expertisen/studie_rechtsdurchsetzung.pdf?__blob=publicationFile&v=4

[Letzter Zugriff: 28.11.2025].

Beigang, Steffen; Fetz, Karolina; Kalkum, Dorina; Otto, Magdalena (2017):

Diskriminierungserfahrungen in Deutschland. Ergebnisse einer Repräsentativ- und einer Betroffenenbefragung. Baden-Baden: Nomos.

Bergold, Jarg; Thomas, Stefan (2019): Partizipative Forschung. In: Günter Mey und

Katja Mruck (Hg.): Handbuch Qualitative Forschung in der Psychologie, S. 1–21, Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.

Bugental, Daphne Blunt; Hehman, Jessica A. (2007): Ageism: A Review of Research and Policy Implication. Social Issues and Policy Review, Vol. 1, S. 173–216.

Bundesministerium des Inneren und für Heimat [BMI] (2025): Bundesweite Fallzahlen 2024.

Politisch motivierte Kriminalität. Online: https://www.bmi.bund.de/SharedDocs/downloads/DE/publikationen/themen/sicherheit/BMI25045_pmk2024-factsheet.pdf?__blob=publicationFile&v=7 [Letzter Zugriff: 28.11.2025].

Dieckmann, Janine (2017): Was ist Diskriminierung? - Über illegitime Ungleichbehandlung, Demokratie und Sand im Getriebe. In: Wissen schafft Demokratie, 1, 150–168.

Diethold, Jorah (2023): Diskriminierung bei der Erhebung von Daten zu Geschlecht.

Heinrich-Böll-Stiftung [Hrsg.]. Online: <https://www.boell.de/sites/default/files/2023-11/diskriminierung-bei-der-erhebung-von-daten-zu-geschlecht.pdf> [Letzter Zugriff: 28.11.2025].

Dorffmeister, Ludwig (2017): Die europäische Wohnimmobilienkreditrichtlinie, ifo Institut - Leibniz-Institut für Wirtschaftsforschung an der Universität München, Vol. 70 (1), S. 41–44.

Fabris, Alessandro; Mishler, Alan; Gottardi, Stefano; Carletti, Mattia; Daicampi, Matteo;

Susto, Gian Antonio; Silvello, Gianmaria (2021): Algorithmic Audit of Italian Car Insurance: Evidence of Unfairness in Access and Pricing. In: *In Proceedings of the 2021 AAAI/ACM Conference on AI, Ethics, and Society*, S. 458–468. Online: http://www.dei.unipd.it/~silvello/papers/2021_aies2021.pdf [Letzter Zugriff: 18.08.23].

Feder, Nadja (2024): Vornamen-Ranking: Jessica zahlt mehr als doppelt so viel für die

Kfz-Versicherung als Uwe. Hg. v. Verivox. Online: <https://www.verivox.de/kfz-versicherung/nachrichten/vornamen-ranking-jessica-zahlt-mehr-als-doppelt-so-viel-fuer-die-kfz-versicherung-als-uwe-1120797/>.

Gather, Selma (2021): Anti-Diskriminierung im Zivilrechtsverkehr am Beispiel der „Dritten Option“. In: Kritische Justiz, 54 (3), S. 302–311.

Hannak, Aniko; Soeller, Gary; Lazer, David; Mislove, Alan; Wilson, Christo (2014): Measuring

Price Discrimination and Steering on E-commerce Web Sites. In: Carey Williamson (Hg.): *Proceedings of the 2014 Conference on Internet Measurement Conference - IMC '14*, S. 305–318.

Hänold, Stefanie (2019): Profiling und automatisierte Einzelentscheidungen im Versicherungsbereich. Unter Mitarbeit von Technische Informationsbibliothek (TIB). Hannover: Institutionelles Repositorium der Leibniz Universität Hannover. Online: <https://www.repo.uni-hannover.de/handle/123456789/5167> [Letzter Zugriff: 27.09.23].

Hartung, Susanne; Wihofszky, Petra; Wright, Michael T. (2014): Partizipative Forschung. Ein Forschungsansatz für Gesundheit und seine Methoden. In: Hella von Unger (Hg.): Partizipative Forschung. Wiesbaden: Springer Fachmedien, S. 1–20.

Hoffmann, Inga (2023): Nach Beschwerde durch die Deutsche Bahn: Prozess um geschlechtsneutrale Anrede geht weiter. Tagesspiegel. Online: <https://www.tagesspiegel.de/gesellschaft/queerspiegel/nach-beschwerde-durch-die-deutsche-bahn-prozess-um-geschlechtsneutrale-anrede-geht-weiter-9132444.html> [Letzter Zugriff: 28.11.2025].

Igl, Gerhard (2009): Altersgrenzen und gesellschaftliche Teilhabe. Gutachten, erstellt im Auftrag des BMFSFJ: Christian-Albrechts-Universität zu Kiel. Online: https://www.antidiskriminierungsstelle.de/SharedDocs/downloads/DE/Literatur/Literatur_Altersjahr/Altersgrenzen-und-gesellschaftliche-Teilhabe.pdf?__blob=publicationFile&v=2 [Letzter Zugriff: 22.08.23].

Kinsky, Sara (2017): Mit Recht gegen Rassismus. Chancen und Grenzen strategischer Prozessführung im Rahmen des Allgemeinen Gleichbehandlungsgesetzes (AGG) am Beispiel diskriminierender Einlasskontrollen vor Diskotheken. Hg. v. Antidiskriminierungsverband Deutschland. Leipzig. Online: <https://www.antidiskriminierung.org/publikationen-des-advd/mit-recht-gegen-rassismus>. [Letzter Zugriff: 28.11.2025].

Klein, Ludger; Stahlmann, Anne (2019): „ICH? Zu alt?“ Diskriminierung älterer Menschen, Abschlussbericht eines Praxisforschungsprojekt, Institut für Sozialarbeit und Sozialpädagogik e. V.. Online: <https://www.iss-ffm.de/fileadmin/assets/veroeffentlichungen/downloads/ISS-Bericht-DiskaeM-final-online.pdf> [Letzter Zugriff: 28.11.2025].

Klose, Gianmaria; Kühn, Kerstin (2010): Die Anwendbarkeit von Testing-Verfahren im Rahmen der Beweislast, § 22 Allgemeines Gleichbehandlungsgesetz. Berlin. Online: https://www.antidiskriminierungsstelle.de/SharedDocs/downloads/DE/publikationen/Expertisen/expertise_anwendbarkeit_testingverfahren_20110704.pdf?__blob=publicationFile&v=3 [Letzter Zugriff: 23.08.23].

Köppen, Marilena von; Schmidt, Kristina; Tiefenthaler, Sabine (2014): Mit vulnerablen Gruppen forschen. Ein Forschungsprozessmodell als Reflexionshilfe für partizipative Projekte. In: Hella von Unger (Hg.): Partizipative Forschung. Wiesbaden: Springer Fachmedien, S. 21–62.

Kronenbitter, Lara; Aalders, Sophia; Meksem, Miriam; Schleifer, Janne; Beigang, Steffen (2023): Diskriminierung Erlebt?! Diskriminierungserfahrungen in Sachsen. Baden-Baden: Nomos.

Kühn, Kerstin; Liebscher, Doris; Klose, Alexander (2013): Expertise zu den rechtlichen Aspekten sozialwissenschaftlicher Testing-Verfahren im Rahmen der vom SVR geplanten Studie „Diskriminierung am Ausbildungsmarkt?“. Online: https://www.svr-migration.de/wp-content/uploads/2014/11/Expertise_fuer_Studie_Diskriminierung_am_Ausbildungsmarkt.pdf [Letzter Zugriff: 23.08.23].

Lobe, Adrian (2022): Diskriminierung durch und von KI. In: Eric Hilgendorf & Enis Tiz [Hrsg.]: Vom richtigen Umgang mit den „Anderen“. Baden-Baden: Ergon-Verlag, S. 147–160.

Mayring, Philipp (2000): Qualitative Content Analysis. In: *Forum qualitative Sozialforschung* 1 (2).

Mayring, Philipp; Fenzl, Thomas (2019): Qualitative Inhaltsanalyse. In: Nina Baur und Jörg Blasius (Hg.): Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung. Wiesbaden: Springer Fachmedien, S. 633–648.

Mazziotta, Agostino; Zerr, Michael; Rohmann, Anette (2015): The Effects of Multiple Stigmas on Discrimination in the German Housing Market. In: *Social Psychology* 46 (6), S. 325–334. DOI: 10.1027/1864-9335/a000249.

Müller, Annekathrin (2015): Diskriminierung auf dem Wohnungsmarkt. Strategien zum Nachweis rassistischer Benachteiligungen. Hg. v. Antidiskriminierungsstelle des Bundes, Online: https://www.antidiskriminierungsstelle.de/SharedDocs/downloads/DE/publikationen/Expertisen/expertise_diskriminierung_auf_dem_wohnungsmarkt.pdf?__blob=publicationFile&v=6 [Letzter Zugriff: 28.11.25].

OECD (2001): Aging and transport. Online: https://www.oecd.org/content/dam/oecd/en/publications/reports/2001/10/ageing-and-transport_g1gh206c/9789264195851-en.pdf [Letzter Zugriff: 28.11.2025].

Orwat, Carsten (2019): Diskriminierungsrisiken durch Verwendung von Algorithmen. Baden-Baden: Nomos. Online: https://www.antidiskriminierungsstelle.de/SharedDocs/forschungsprojekte/DE/Studie_DiskrRisiken_durch_Verw_v_Algorithmen.html [Letzter Zugriff: 28.11.25].

Platt, Ramon; Witke, Michael (2021): Das Alter darf eine Rolle spielen. BaFin_Journal. Online: https://www.bafin.de/SharedDocs/Downloads/DE/BaFinJournal/2021/bj_2101.pdf?__blob=publicationFile&v=5 [Letzter Zugriff: 28.11.25].

Rottleuthner, Hubert; Mahlmann, Matthias (2011): Diskriminierung in Deutschland. Vermutungen und Fakten. Baden-Baden: Nomos.

Scherr, Albert (2023): Soziologische Diskriminierungsforschung. In: Albert Scherr, Anna Cornelia Reinhardt und Aladin El-Mafaalani (Hg.): Handbuch Diskriminierung. 2. Aufl. Wiesbaden: Springer VS, S. 17–39.

Spiecker, Inra; Towfigh, Emanuel V. (2023): Automatisch Benachteiligt. Das Allgemeine Gleichbehandlungsgesetz und der Schutz vor Diskriminierung durch algorithmische Entscheidungssysteme. Hg. v. Antidiskriminierungsstelle des Bundes (ADS).

Online: https://www.antidiskriminierungsstelle.de/SharedDocs/downloads/DE/publikationen/Rechtsgutachten/schutz_vor_diskriminierung_durch_KI.pdf?__blob=publicationFile&v=4
[Letzter Zugriff: 26.09.23].

Staubach, Reiner; Brödel, Bruno Heinz; Kabis-Staubach, Tülin; Martha, Thomas (2008):

Ungleichbehandlung von Migranten auf dem Wohnungsmarkt. Testing zum Diskriminierungsnachweis -Erläuterungen und Empfehlungen zur Anwendung der Methode. Hg. v. Planerladen e. V. Dortmund.

Online: https://www.planerladen.de/uploads/media/Testing-Methoden-Papier_2008.pdf
[Letzter Zugriff: 28.11.25].

Tjaden, Jasper Dag; Schwemmer, Carsten; Khadjavi, Menusch (2018):

Ride with Me — Ethnic Discrimination, Social Markets, and the Sharing Economy.
In: *European Sociological Review* 34 (4), S. 418–432.

Wulf, Jessica; Spielkamp, Matthias (2022): Automatisierte Entscheidungssysteme und Diskriminierung: Ursachen verstehen, Fälle erkennen, Betroffene unterstützen.

Ein Ratgeber für Antidiskriminierungsstellen. Online: https://algorithmwatch.org/de/wp-content/uploads/2022/07/AutoCheck-Ratgeber_ADM_Diskriminierung_DE-AlgorithmWatch_Juni_2022_b.pdf [Letzter Zugriff: 18.08.23].

Yinger, John (1998): Testing for Discrimination in Housing and Related Markets.

In: / 300c 0002 Mp 23 Tuesday Oct 03 12:55 PM LP-JEP 0002 12 (2), S. 23–40.

Online: <https://pubs.aeaweb.org/doi/pdfplus/10.1257/jep.12.2.23>, [Letzter Zugriff: 15.08.2024].

Zschirnt, Eva (2019): Research Ethics in Correspondence Testing: An Update.

In: *Research Ethics* 15 (2), S. 1–21.

Anhang

Anhang 1: Ergebnisse der Regressionsanalyse zur Überprüfung des kombinierten Effekts der Altersgruppe und Schadenfreiheitsklasse auf die Tarifhöhe (Modulstudie 1)

Prädiktor	b (standardisiert)	SE	t	p
Intercept	1.94	0.05	40.53	<.001
Altersgruppe „mittel“	-1.64	0.07	-24.17	<.001
SF 8	-1.40	0.07	-20.69	<.001
SF 21	-2.44	0.07	-36.00	<.001
Altersgruppe „mittel“ * SF 8	0.45	0.10	4.73	<.001
Altersgruppe „mittel“ * SF 21	0.90	0.10	9.43	<.001
Simple slope-Analysen für Unterschiede Altersgruppe innerhalb SF				
SF 1	-1.64	0.07	-24.71	<0.01
SF 8	-1.18	0.07	-17.44	<0.01
SF 21	-0.74	0.07	-10.84	<0.01

Anhang 2: Codiersystem Registrierungsformulare (Modulstudie 2)

Kategorie/Code	Ausprägung/Sub-Code	Definition	Beispiele
Auskunftspflicht	optional	Eine optionale geschlechtsbezogene Abfrage findet statt	Geschlechtsangabe kann ausgelassen werden
	verpflichtend	Eine verpflichtende geschlechtsbezogene Abfrage findet statt	Geschlechtsangabe ist notwendig, um Formular abzuschicken
	keine Abfrage	Es findet keine geschlechtsbezogene Abfrage statt	kein Feld zu Anrede oder Geschlecht vorhanden
Offenheit der Geschlechtsangaben	non-binär	mind. eine non-binäre Antwortoption oder ein offenes Eingabefeld stehen zur Verfügung	Anrede: „Herr/Frau/divers“ oder Geschlecht: „m/w/d“ als optionale Angabe; offenes Eingabefeld
	binär	Es stehen nur binäre (und ggf. nicht personenbezogene) Antwortoptionen zur Verfügung	Anrede: „Herr/Frau/Firma“; Geschlecht: „männlich/weiblich“
	binär inkl. Verzicht	Es stehen nur binäre (und ggf. nicht personenbezogene) Antwortoptionen sowie die Auswahl einer Verzichtoption zur Verfügung	„Herr/Frau/keine Angabe“; „männlich/weiblich/ Möchte ich nicht beantworten“
	non-binär inkl. Verzicht	mind. eine non-binäre Antwortoption oder ein offenes Eingabefeld stehen zur Verfügung. Zusätzlich ist die Auswahl einer Verzichtoption möglich	„Herr/Frau/divers/k. A.“
Antwortoptionen	[in-vivo-Code]	für jede Antwortoption bei geschlechtsbezogenen Abfragen wird ein in-vivo-Code gesetzt	
	offene Eingabe	Ein offenes Eingabefeld steht zur Verfügung	
abgefragtes Merkmal	Geschlecht	Es wird „Geschlecht“ abgefragt	
	Anrede	Es wird „Anrede“ abgefragt	
	[in-vivo-Code]	Wenn eine geschlechtsbezogene Abfrage stattfindet, die nicht „Geschlecht“ oder „Anrede“ ist, wird ein in-vivo-Code gesetzt	

Anhang 3: Codiersystem automatisch erstellte E-Mails (Modulstudie 2)

Kategorie/Code	Ausprägung/ Sub-Code		Definition	Beispiele
Begrüßung/ Ansprache	nicht-binär		Es wird eine explizit nicht-binäre Ansprache genutzt	„Liebe*r [Name]“
		genderneutral	Es wird eine neutrale, nicht genderspezifische Ansprache genutzt	„Hallo“, „Guten Tag [Name]“
		keine Anrede	Die Mail enthält keine Anrede	
		„Divers“ als Anrede	Der Begriff „Divers“ wird als Anrede analog zu „Herr“/„Frau“ verwendet.	„Hallo Divers [Name]“
	binär		Es wird eine binäre Ansprache genutzt	„Lieber [Name]“, „Sehr geehrte Frau [Name]“

Anhang 4: Codiersystem direkte E-Mail-Kommunikation (Modulstudie 2)

Kategorie/Code	Ausprägung/ Sub-Code		Definition	Beispiele
Begrüßung/ Ansprache	nicht-binär		Es wird eine explizit nicht-binäre Ansprache genutzt	„Liebe*r [Name]“
	genderneutral		Es wird eine neutrale, nicht genderspezifische Ansprache genutzt	„Hallo“, „Guten Tag [Name]“
	binär		Es wird eine binäre Ansprache genutzt	„Lieber [Name]“, „Sehr geehrte Frau [Name]“
		verkürzte Doppelnennung	Es wird eine binäre Ansprache mit verkürzter Doppelnennung genutzt, die das weibliche und das männliche Geschlecht umfasst	„Sehr geehrte/r [Name]“, „Liebe KundInnen“
Eingehen auf Anliegen	Info enthalten		Die Mail enthält die Information, nach der in der Testingmail gefragt wurde (Anzahl/Frequenz der Newsletter).	„Unser Newsletter wird einmal die Woche verschickt.“
	Info nicht enthalten		Die Mail enthält keine Antworten auf die Frage, die in der Testingmail gestellt wurde (Anzahl/Frequenz der Newsletter).	
Personalisierung	personalisierte Ansprache		Die Ansprache wurde durch die Nutzung des Namens personalisiert.	„Hallo [Name]“, „Lieber [Name]“
	generische Ansprache		Die Mail enthält eine generische Ansprache ohne Nutzung des Namens.	„Guten Tag“, „Liebe Kundin, lieber Kunde“
Explizite Be- zugnahme auf Genderneutralität	Erklärung/ Rechtfertigung		Es wird auf den sprachlichen Umgang mit Geschlecht eingegangen. Dabei wird die Nutzung binärer Sprache gerechtfertigt.	„Wir sind aufgrund der hohen Arbeitsbelastung bisher nicht dazu gekommen, eine geschlechtsneutrale Ansprache einzuführen“
	Berücksich- tigung von Nichtbinarität		Es wird erklärend auf den sprachlichen Umgang mit Geschlecht eingegangen. Dabei wird die Wichtigkeit genderinklusive Sprache betont.	„Selbstverständlich werden Sie von uns geschlechtsneutral angesprochen.“

Während der Analyse wurden induktive Codes ergänzt: Der Code „Personalisierung“ erlaubt Aussagen über den Grad der Standardisierung beziehungsweise individuellen Anpassung des Mailtexts. Für die differenzierte Erfassung der Ansprachen wurde der Subcode „binär/verkürzte Doppelnennung“ ergänzt. E-Mails, in denen explizite Bezugnahme auf die verwendete Genderschreibweise auftauchen, wurden mit dem Code „Explizite Bezugnahme auf Genderneutralität“ versehen.

Anhang 5: Verteilung der Typen über unterschiedliche E-Mail-Varianten an den Support (Modulstudie 2)

Ein interessantes Ergebnis wird über den Vergleich der Verteilung der Typen über die unterschiedlichen E-Mail-Varianten hinweg sichtbar (siehe Tabelle 7). So ist das Misgendering als schwerwiegender zu betrachten, wenn es trotz Wissen über das nicht-binäre Geschlecht und die gewünschte Adressierung des*der Kund*in erfolgt.

Typ	I: personalisiert-binär		II: generisch-binär	III: personalisiert-genderneutral	IV: generisch-genderneutral
	Ia: festgelegtes Geschlecht	Ib: verkürzte Doppelnennung			
Variante 1 (kein Hinweis)	16	0	0	11	4
Variante 2 (Neopronomen)	13	1	2	10	4
Variante 3 (mit Bitte um nicht-binäre Ansprache)	1	1	1	23	4
Diskriminierungspotenzial	hoch	moderat	hoch	kein	kein
Total	30	2	3	44	12



[idz-jena.bsky.social](https://twitter.com/idz-jena.bsky.social)



[Instagram@idz_jena](https://www.instagram.com/idz_jena)



[linkedin.com/company/idzjena](https://www.linkedin.com/company/idzjena)



www.idz-jena.de