

## Gendern und SEO: Unsere Tipps

### Gendern und [SEO](#) – das solltet Ihr für ein erfolgreiches gendergerechtes SEO beachten

Das Thema der **genderneutralen Sprache** pulsiert und gewinnt zunehmend an Bedeutung. So sind mittlerweile unterschiedlichste Branchen dazu übergegangen, die Inhalte ihres Internetauftritts gendersensibel zu formulieren. Gendern und [SEO](#) wird also ein Thema werden.

Von dieser Entwicklung scheint sich [Google](#) bislang allerdings noch nicht beeindruckt zu lassen. So neigt die Suchmaschine dazu, Seiten mit genderneutral formuliertem [Content](#) weiter unten in den Suchergebnissen zu platzieren. Wie geht man also vor, um hier möglichst keinen Nachteil zu erleiden? Wir zeigen Euch, was Ihr beachten solltet, um gendergerechte Inhalte und ein [gutes Ranking](#) auf einen Nenner zu bringen.

### Warum lohnt sich gendergerechtes SEO?

Sprache ist ständig im Wandel und spiegelt aktuelle gesellschaftliche Einflüsse wider. Im Zuge des Bestrebens nach **Gleichberechtigung** ist es daher plausibel, dies auch in einer gendergerechten Sprache auszudrücken, in der Frauen explizit mit angesprochen werden. Denn auch wenn das generische Maskulinum theoretisch beide Geschlechter mit einbezieht, haben Studien gezeigt, dass sich die meisten Menschen bei Begriffen wie “Berater” oder “Ärzte” ausschließlich männliche Personen vorstellen.

Je nach Branche erzielt man durch genderneutrale Sprache natürlich auch eine **positivere Außenwirkung** auf (potenzielle) Kunden und Kundinnen. Und nicht zuletzt muss die gendergerechte Form in einigen Bereichen mittlerweile sogar verpflichtend verwendet werden, wie beispielsweise bei Stellenanzeigen. Zusätzlich sollte man auch über [Barrierefreiheit bei Webseiten](#) zumindest nachdenken.

### So geht [Google](#) mit gendergerechter Sprache um

Drei gängige Varianten der gendergerechten Formulierung, die sowohl Männer als auch Frauen miteinbezieht, sind aktuell das **Gendersternchen** (SEO-Berater\*in), der **Doppelpunkt** (SEO-Berater:in) und das **Binnen-I** (SEO-BeraterIn). Diese Schreibweisen werden von immer mehr Unternehmen



verwendet, so dass dieses Schriftbild für unsere Augen längst nicht mehr ungewohnt ist. Wie aber interpretiert die [Suchmaschine](#) diese Varianten?

## Gendersternchen

Gibt man den Begriff "SEO-Berater\*in" in das Suchfeld ein, wird das Gendersternchen von Google offenbar komplett ignoriert und es werden nur [Suchergebnisse](#) ausgespielt, die den maskulinen Begriff "SEO-Berater" enthalten:

SEO-Küche Internet Marketing GmbH & Co. KG  
Fraunhoferstr. 6, 83059 Kolbermoor  
Telefon 08031 / 2575-100  
Telefax 08031 / 2575-101  
E-Mail: [info@seo-kueche.de](mailto:info@seo-kueche.de)

SEO-Küche Internet Marketing GmbH & Co. KG,  
HRA 11167 AG Traunstein  
pers. Haftende Gesellschafterin:  
SEO-Küche Verwaltungs GmbH, Kolbermoor, HRB  
22414 AG Traunstein  
Geschäftsführer: Christian Brunnenmayer, Patrick Keller,  
Oliver Lindner  
Ust-IdNr.: DE 286 985 708, Steuer Nr.  
156/174/08500

HypoVereinsbank  
IBAN DE45 700202700015260147  
BIC HYVEDE33XXX

seo berater\*in



[Alle](#) [News](#) [Bilder](#) [Videos](#) [Maps](#) [Mehr](#) [Einstellungen](#) [Suchfilter](#)

Ungefähr 11.000.000 Ergebnisse (0,62 Sekunden)

Was macht ein **SEO-Berater**? Ein **SEO-Berater** analysiert die bestehende Website und das bestehende Google Ranking. Zur Website gehört die Technik, die Architektur und die Inhalte. Weitere Leistungen sind die Recherche von Keywords, die zu den Zielen des Unternehmens und zur Zielgruppe passen.



<https://www.jaeckert-odaniel.com> › seo-berater

## SEO Berater: 5 Schritte, um den richtigen Berater auszuwählen

[Informationen zu hervorgehobenen Snippets](#) • [Feedback geben](#)

<https://seo-ag.de> › was-macht-ein-seo-berater ▾

## Was macht ein SEO-Berater? – Wir sagen es Ihnen! | SEO AG

Der **SEO-Berater** hat also die Aufgabe, regelmäßig neue Backlinks zu akquirieren. Er muss Partner, Blogs und Webverzeichnisse gewinnen, die auf Ihre Webseite ...

Google ignoriert das Gender Sternchen bisher.

## Doppelpunkt

Ähnlich verhält es sich mit dem Doppelpunkt, auch hier liefert Google fast ausschließlich Ergebnisse mit

der maskulinen Form. Ausnahmen gibt es beispielsweise hier:

Hier wird der Begriff mit einem Schrägstrich geschrieben, was ebenfalls eine Variante der genderneutralen Schreibweise darstellt.

<https://www.ithelps-digital.com> › gesucht-seo-berater-in ▼

### Gesucht: SEO Berater/in - ithelps

Gesucht: **SEO-Berater/in**. SEO Agent. Du weißt, was WDF\*IDF, Redirects, und AMP's sind und kannst gut mit Kunden umgehen? Du kennst alle gängigen ...

★★★★★ Bewertung: 5 · 207 Rezensionen

Ab und zu findet man in den Google Suchergebnissen doch genderneutrale Title.

## Binnen-I

Die Suchergebnisse für "SEO-BeraterIn" fallen hingegen genau umgekehrt aus. Denn da Groß- und Kleinschreibung bei der [Google](#)-Suche irrelevant sind, interpretiert die Suchmaschine das Binnen-I schlicht als "normales" I und liefert überwiegend Ergebnisse, die sich auf die weibliche Form beziehen:

seoberaterIn



Alle

Maps

Videos

Bilder

Shopping

Mehr

Einstellungen

Suchfilter

Ungefähr 2.180 Ergebnisse (0,48 Sekunden)

<https://campernomads.net> › seo-beraterin-grunes-busine... ▾

### SEO Beraterin - mit grünem Business unterwegs Geld ...

27.04.2021 — **SEO Beraterin**: Leben auf 4 Rädern & mit grünem Business Geld verdienen. Hey, ich bin Laura, 32, und ziehe diesen Sommer mit meiner ...

<https://camper-nomads.podigee.io> › 139-seo-beraterin-... ▾

### SEO Beraterin - mit grünem Business unterwegs Geld ...

27.04.2021 — **SEO Beraterin** - mit grünem Business unterwegs Geld verdienen. Unsere heutige Gästin @laura.filz , hat sich bereits ihr eigenes Online ...

<https://www.youtube.com> › watch

### SEO Beraterin - mit grünem Business unterwegs ... - YouTube



Unsere heutige Gästin Laura Filz , hat sich bereits ihr eigenes Online Business als grüne SEO-Texterin ...

27.04.2021 · Hochgeladen von Camper Nomads - Business on Wheels

Das Binnen-I interpretiert Google bisher als normales i.

Insgesamt lässt sich also schlussfolgern, dass die Suchmaschine bislang Schwierigkeiten bei der Interpretation genderneutraler Schreibvarianten hat und keine passenden Ergebnisse dazu ausliefert.

Hinzu kommt, dass die meisten Personen nach wie vor dazu neigen, eher nach der männlichen als nach der weiblichen Form zu suchen, wodurch Seiteninhalte mit der maskulinen Form auch besser ranken.

Ein suchmaschinenfreundlicher, gendergerechter Text sollte also möglichst **barrierefrei** sein und darüber hinaus die **Gewohnheiten der Nutzer und Nutzerinnen** bei der Google-Suche berücksichtigen. Das macht Gendern und [SEO](#) zugleich zu einer kleinen Herausforderung.

## So bringt Ihr SEO und Gendern dennoch auf einen Nenner

Zunächst einmal solltet Ihr Euch auf eine **einheitliche genderneutrale Schreibweise** festlegen, die Ihr dann auf der gesamten Website verwendet. Egal, ob Ihr Euch beispielsweise dafür entscheidet, die männliche und weibliche Form separat aufzugliedern, oder das Gendersternchen, Binnen-I etc. verwenden möchtet: richtet Eure Wahl vorrangig nach den Präferenzen Eurer Zielgruppe – und nicht nach den Vorlieben der [Suchmaschine](#).

Damit Euch anschließend gendergerechte UND suchmaschinenfreundliche Inhalte gelingen, beachtet außerdem folgende Tipps:

- **Nutzt geschlechtsneutrale Formulierungen, welche die Leistung anstatt der Person betont**, also beispielsweise “Texterstellung” anstelle von “Texter” und “Texterin”. Damit bezieht Ihr ganz nebenbei auch nicht-binäre Personen mit ein, also Personen, die sich weder eindeutig als männlich noch als weiblich identifizieren. Als Hilfestellung könnt Ihr genderneutrale Wörterbücher, wie z. B. [geschicktgendern.de](#), zurate ziehen.
- Verwendet **Relativsätze**, wie z. B. “Jeder, der bzgl. der Suchmaschinenoptimierung beratend tätig ist” anstatt “SEO-Berater” und “SEO-Beraterin”
- Etwas tricksen lässt sich auch, indem man männliche Varianten einfach **“versteckt”**, beispielsweise in den Bild-Dateinamen, in der [URL](#)-Bezeichnung, in den [Alt-Attributen](#) oder in den Metaangaben.
- Nutzt **Partizipien**, also beispielsweise “beraten von...” anstatt “Berater” und “Beraterin”.
- **Content is King bzw. Queen**: das gilt natürlich auch beim gendersensiblen SEO. Achtet deshalb auf einen natürlichen Lesefluss und schreibt Eure Texte in erster Linie für Eure Zielgruppe und nicht für die Suchmaschine. Unter Berücksichtigung dieses Aspekts werdet Ihr auch merken, dass es sich nicht immer vermeiden lässt, doch einmal “SEO-Berater\*in” oder eine andere Variante der gendergerechten Schreibweise zu verwenden. Das ist völlig legitim, und in jedem Fall vorteilhafter für das Ranking, als Texte, die sich am Ende völlig unnatürlich und “sperrig” lesen.

Gewöhnt Ihr Euch mit Hilfe dieser Tipps gendersensibles Texten an und ziehen genügend Menschen mit der Zeit nach, wird sich auch die Suchmaschine allmählich daran gewöhnen und ihre Suchergebnisse

auf Dauer entsprechend präziser ausspielen.

## Fazit: SEO und Gendern – Herausforderung, aber machbar und lohnenswert

Aller Anfang ist schwer und eine konsequent genderneutrale Formulierung zu Beginn natürlich erst einmal ungewohnt. Beachtet Ihr allerdings einige Tipps, geht Euch genderneutrales [SEO](#) schon bald ganz einfach von der Hand – versprochen.

**Und die Mühe lohnt sich gleich mehrfach:** sei es für einen weiteren Schritt in Richtung Gleichberechtigung, die sich nun auch in unserer Sprache widerspiegelt, oder für eine positivere Außenwirkung auf Eure Zielgruppe. Denn sprachlicher Wandel lässt sich nicht auf Dauer ignorieren. “Man muss mit der Zeit gehen, sonst geht man mit der Zeit” – dieses Sprichwort trifft auch und vor allem auf den Bereich des [Online Marketings](#) zu.

Titelbild © kebox / stock.adobe.com