

„Frauen an die Macht!“

Das LAG Köln hatte über die Klage eines männlichen Bewerbers zu entscheiden, der sich auf eine ausdrücklich nur für Automobilverkäuferinnen ausgeschriebene Stelle beworben hatte.

Sowohl im Arbeitsverhältnis als auch im vorgelagerten Bewerbungsverfahren darf nicht diskriminiert werden. Das Allgemeine Gleichbehandlungsgesetz (AGG) verbietet ungerechtfertigte Benachteiligungen aus Gründen der Rasse oder wegen der ethnischen Herkunft, des Geschlechts, der Religion oder Weltanschauung, einer Behinderung, des Alters oder der sexuellen Identität. Deshalb werden unter anderem Stellenanzeigen in der Regel geschlechtsneutral formuliert. Auch Formulierungen wie „Verstärkung unseres jungen Teams“ erscheinen mit Blick auf das Altersdiskriminierungsverbot problematisch.

Mit einem eher ungewöhnlichen Fall einer durchaus gewollten Diskriminierung hatte sich das LAG Köln in seinem aktuellen Urteil vom 18. Mai 2017 (7 Sa 913/16) zu befassen. Das verklagte größere Autohaus schaltete eine Stellenanzeige mit der Überschrift „Frauen an die Macht!“ Im Text hieß es:

„Zur weiteren Verstärkung unseres Verkaufsteams suchen wir eine selbstbewusste, engagierte und erfolgshungrige Verkäuferin. Wenn Sie Spaß daran haben Automobile zu verkaufen und Menschen überzeugen zu können, dass wir und Sie die richtigen Partner für unsere Kunden sind, dann bewerben Sie sich bei uns. Automobilerfahrung ist Voraussetzung für diese Position. ...“

Die Annonce war mit dem Betriebsrat als Frauenfördermaßnahme abgestimmt. Der Kläger bewarb sich auf diese Stelle und wurde ohne nähere Begründung abgelehnt. Eingestellt wurde stattdessen eine Frau mit jahrelanger Erfahrung als Automobilverkäuferin.

Der Kläger machte nach Ablehnung seiner Bewerbung erfolglos einen Entschädigungsanspruch gemäß § 15 AGG gegenüber dem Autohaus geltend und verfolgte diesen sodann gerichtlich weiter. Sowohl beim Arbeitsgericht in erster Ins-

tanz als auch beim Landesarbeitsgericht blieb die Klage jedoch ohne Erfolg.

Indizierung einer Benachteiligung

Nach den im AGG vorgesehenen Regeln zur Beweislast muss der Anspruchsteller lediglich Indizien darlegen und erforderlichenfalls beweisen, die eine Benachteiligung beispielsweise wegen des Geschlechts vermuten lassen.

Ein solches Indiz ergibt sich regelmäßig aus einer Stellenanzeige mit entsprechenden Formulierungen im Kontext mit der Ablehnung einer Bewerbung, so auch im Streitfall: Der Text der Anzeige und die Ablehnung ließen vermuten, dass der Kläger wegen seines Geschlechtes als Mann benachteiligt worden war. Das Autohaus hatte durch den Slogan „Frauen an die Macht!“ plakativ hervorgehoben, dass es ihm gerade darauf ankomme, eine Autoverkäuferin weiblichen Geschlechts einzustellen.

Rechtfertigung der Benachteiligung

Nicht jede Benachteiligung führt jedoch automatisch zu einem Verstoß gegen das Diskriminierungsverbot. Vielmehr kann eine unterschiedliche Behandlung wegen des Geschlechts nach § 8 Absatz 1 AGG gerechtfertigt sein. Das war nach Ansicht des LAG Köln der Fall:

Das verklagte Autohaus verfolge mit der Bevorzugung des weiblichen Geschlechts in der Stellenausschreibung den unternehmerischen Zweck, seiner Kundschaft beim Autokauf Beratungsleistungen durch Verkaufspersonal beiderlei Geschlechts anzubieten. Es erhoffe sich, dadurch den Bedürfnissen seiner Kundschaft besser gerecht zu werden und infolgedessen auch bessere Verkaufsergebnisse zu erzielen. Es komme dabei nicht darauf an, ob tatsächlich genau 25 bis 30

Prozent der Kunden weiblichen Geschlechtes seien und ob der eine oder andere Kunde ausdrücklich den Wunsch geäußert habe, von weiblichem Verkaufspersonal bedient zu werden. Es liege als Erfahrungstatsache auf der Hand, dass die Kundschaft eines größeren Autohauses zu einem nicht zu vernachlässigenden Prozentsatz auch aus Personen weiblichen Geschlechtes bestehe.

Zudem könne ebenfalls ohne weiteres unterstellt werden, dass vom Empfängerhorizont eines Teiles der Kundschaft aus das Geschlecht des Verkaufsberaters für das Gelingen der Kommunikation im Verkaufsgespräch eine wichtige Rolle spiele. So könne beim weiblichen Teil der Kundschaft gerade wegen des althergebrachten Vorurteils, Technik sei eine Männerdomäne, der Eindruck bestehen, von männlichen Verkäufern leichter übervorteilt zu werden. Auch sei in Rechnung zu stellen, dass für weibliche Kunden beim Autokauf möglicherweise andere Kriterien für die Kaufentscheidung im Vordergrund stünden. Ein Autokauf gelte vielfach als Vertrauenssache. Bei einem Vertrauensgeschäft komme der Persönlichkeit des für den Vertragspartner Handelnden eine gesteigerte Bedeutung zu. Die Eigenart der Persönlichkeit eines Menschen werde durch sein Geschlecht mitgeprägt.

Verfolge das Autohaus den Zweck, das Spektrum seiner Beratungsleistungen dadurch zu erweitern, dass auf Wunsch auch weibliches Verkaufsberatungspersonal zur Verfügung stehe, so bedinge das Anforderungsprofil, dass das weibliche Geschlecht eine wesentliche und entscheidende berufliche Anforderung für die zu erwartende Tätigkeit darstelle: Im Zeitpunkt der Stellenanzeige und auch in der Zeit zuvor habe das Autohaus ausschließlich männliches Verkaufs- und Servicepersonal und keine einzige Frau in diesem Tätigkeitsbereich beschäftigt.

Dass die Bevorzugung des weiblichen Geschlechtes in der Anzeige gerechtfertigt sei, werde auch nicht dadurch in Frage gestellt, dass bei objektiver Betrachtung Frauen nicht grundsätzlich bessere Autoverkäufer seien als Männer und umgekehrt. Ebenso wenig könne der Rechtfertigung nach § 8 Absatz 1 AGG entgegengehalten werden, dass ein Arbeitgeber sich nur unter strengen Voraussetzungen Kundenwünschen oder -erwartungen beugen dürfe, die im Ergebnis zu einer diskriminierenden Behandlung von Beschäftigten führen würden:

Der vorliegende Fall unterscheide sich diametral von den Fallgruppen, in denen ein Arbeitgeber bestimmte Tätigkeiten generell nur von Angehörigen eines bestimmten Geschlechtes ausführen lassen wolle. Im Streitfall treffe gerade

Kompakt

- Problematische Formulierungen in Stellenanzeigen können eine Benachteiligung wegen des Geschlechts oder eines anderen Merkmals indizieren.
- Eine danach anzunehmende Benachteiligung kann ausnahmsweise gerechtfertigt sein.
- Dies gilt insbesondere dann, wenn mit dem zugrundeliegenden unternehmerischen Konzept gerade das Ziel verfolgt wird, die Gleichbehandlung der Geschlechter im Berufsalltag zu fördern.

das Gegenteil zu: Zwar führe die Einzelmaßnahme zu einer punktuellen Benachteiligung männlicher Bewerber. Das in Abstimmung mit dem Betriebsrat entwickelte unternehmerische Anliegen bedürfe hier selbst aber gerade keiner Rechtfertigung, denn das Anliegen bestehe letztlich darin, überkommene und aus objektiven Sachgründen nicht mehr zu rechtfertigende Geschlechterrollenklichs in bestimmten Berufsfeldern aufzubrechen, konkret das Klischee, dass das Berufsfeld eines Autoverkäufers ein typisch männliches sei.

Das übergeordnete Anliegen des Autohauses decke sich mit dem Sinn und Zweck des AGG, die Gleichbehandlung der Geschlechter im Berufsalltag zu fördern. Gemessen daran erschiene es geradezu kontraproduktiv, das Autohaus dafür zu sanktionieren, dass es eine gezielte Maßnahme ergriffen habe, künftig in einem Berufsfeld, das grundsätzlich ebenso gut von Frauen wie von Männern ausgeübt werden könne, nicht mehr nur ausschließlich Angehörige eines einzigen Geschlechtes zu beschäftigen.

Keine Umgehung

Durch ein solches Verständnis von § 8 Abs. 1 AGG werde auch nicht die Möglichkeit eröffnet, das Diskriminierungsverbot zu umgehen. Maßnahmen wie die streitgegenständliche Stellenanzeige könnten nur in Ausnahmefällen gerechtfertigt sein. Eine solche Ausnahmekonstellation bestehe darin, dass das Autohaus bisher in seinem gesamten Verkaufsbereich ausschließlich Mitarbeiter männlichen Geschlechtes beschäftigt habe. ■



Autor

Michael Wurdack ist Rechtsanwalt und Partner der auf Vertriebsrecht spezialisierten Kanzlei Küstner, v. Manteuffel & Wurdack in Göttingen. Telefon. +49(0)551/49 99 60, E-Mail: kanzlei@vertriebsrecht.de

Kanzlei-Homepage: www.vertriebsrecht.de