

WANNEER IS HET RELEVANT OM GENDER TE BEVRAGEN?

Communicatie

Gebruik een neutrale aanhef, zoals de voornaam en vraag naar de aanhef en voornaamwoorden van de persoon.

Marketing

Interesses of eerdere aankopen geven een beter inzicht dan gender. Bovendien is genderstereotype marketing reeds achterhaald. Staar je dus niet blind op geslacht, omdat dit de gangbare praktijk is.

Identificatie

Vaak heb je al meer dan voldoende met de andere gegevens, zoals naam, adres, geboortedatum.

Medisch

Vraag naar lichaamskenmerken, zoals lengte, of iemand een baarmoeder heeft enzoverder. Deze zijn veel nauwkeuriger en relevanter. Enkel vragen naar gender zorgt voor misverstanden en is exclusief voor trans personen. Denk maar aan prostaatonderzoeken of borstonderzoek.

Gelijke kansen

Het bevragen van gender kan relevant zijn om (on-)gelijkheid te meten.

Onderzoek

Afhankelijk van het onderwerp kan ook hier genderbevraging relevant zijn. Bijvoorbeeld bij onderzoek naar trans of intersekse personen.

Hoe?

1. Zelfidentificatie

- Beschouw je jezelf als een trans persoon of iemand met een trans verleden?
- Beschouw je jezelf als een intersekse persoon of iemand met een variatie in geslachtskenmerken?
- Voorzie de opties 'weet ik niet' en 'zeg ik liever niet'

2. Tweestapsprong

- Vraag geboortegeslacht en genderidentiteit apart
- Bij geboortegeslacht geef je als derde optie 'tijdelijk onbepaald' + duiding

Checklist

- Ook een derde optie, zoals non-binair. *Opgelet: transgender is geen derde optie!*
- Vrije invulstrook of de optie 'anders dan bovenstaande'
- Vraag is optioneel of optie 'zeg ik liever niet'
- Mogelijkheid om gegevens later te wijzigen of wissen
- Verduidelijk de context en het doel
- Hanteer en benadruk privacybeginselen
 - Anonimiseer of pseudonimiseer indien mogelijk
 - Maak de gegevens enkel toegankelijk voor relevante medewerkers
 - Verwijder de gegevens wanneer het doel niet meer relevant is



Vorming en begeleiding over
gender- en seksuele diversiteit