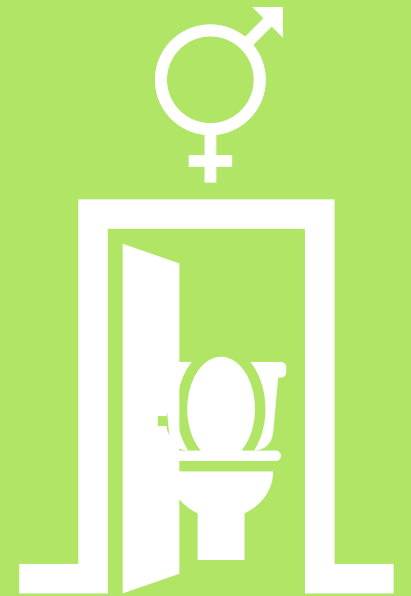


Ein heikles Geschäft:

Unisex-Toiletten im Meinungsscheck



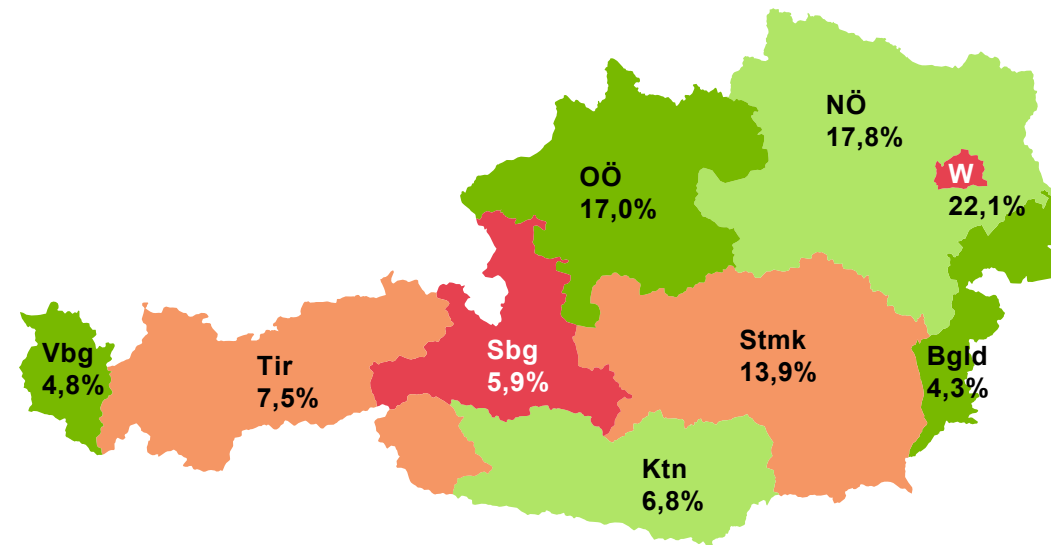
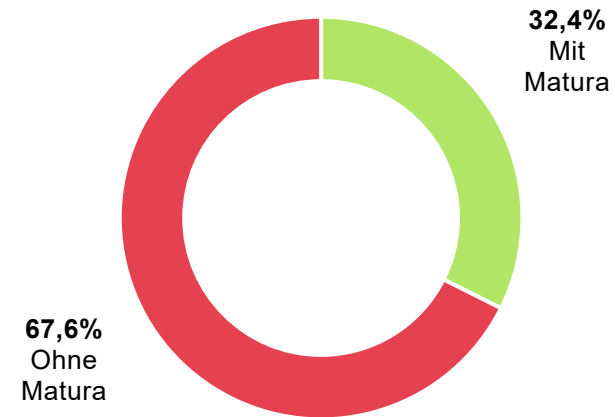
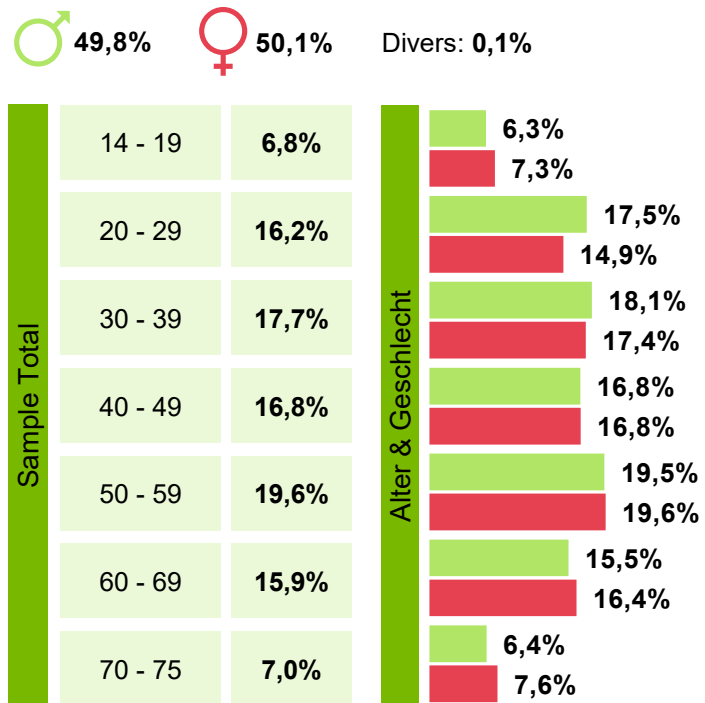
Jänner 2026

marketagent.

Umfrage-Basics | Studien-Steckbrief

Auftraggeber	Eigenstudie
Methode	CAWI Marketagent Online Access Panel
Sample-Größe	n = 1.000 Netto-Interviews
Kernzielgruppe	Personen im Alter zwischen 14 und 75 Jahren Inzidenz: 100%
Quotensteuerung	Sample repräsentativ für die österreichische Bevölkerung Random Selection gewichtet
Feldzeit	24.09.2025 - 30.09.2025
Studienumfang	9 Fragen
Mobile Teilnahme	61,5%

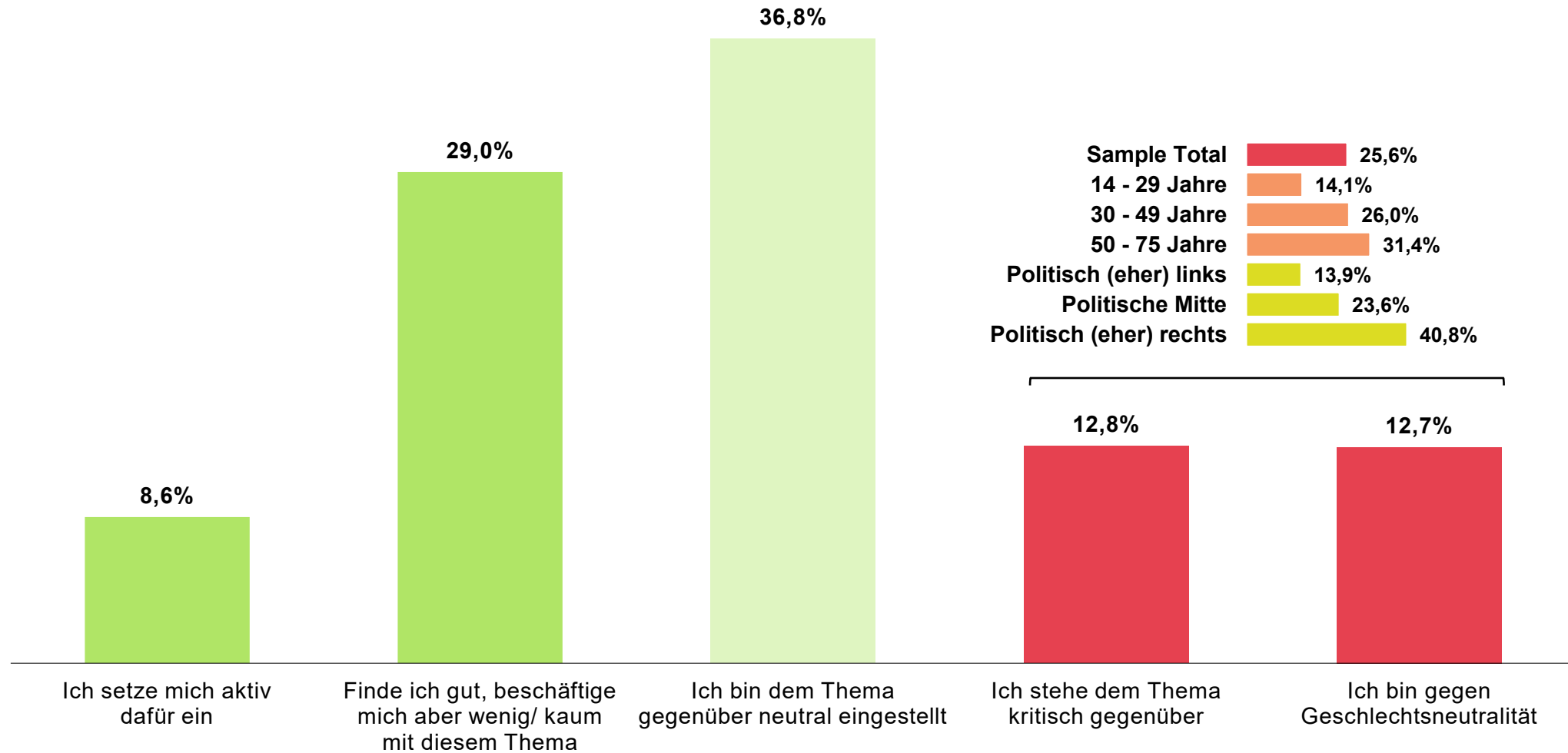
Zusammensetzung des Samples | n = 1.000



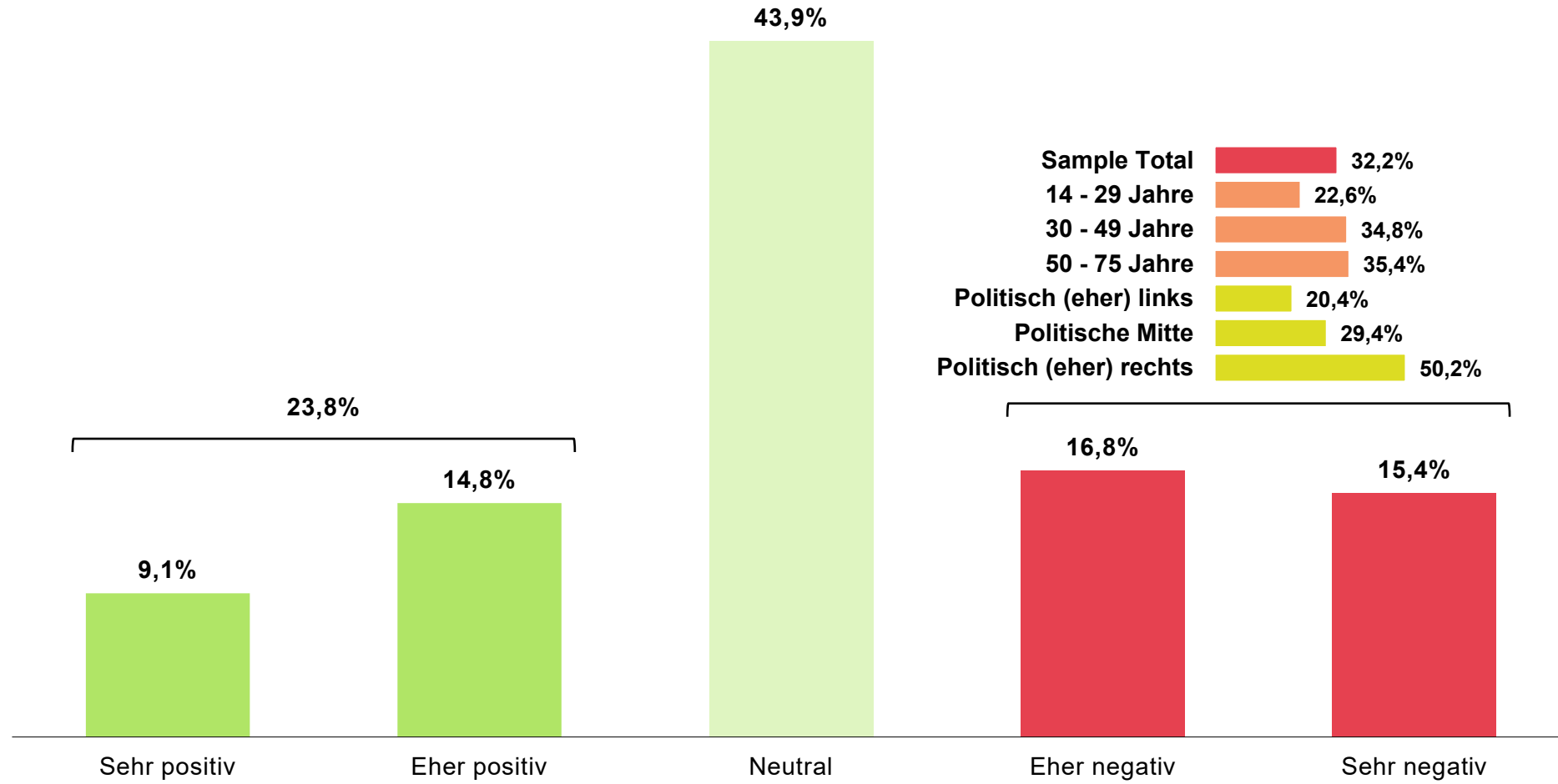
Quick-Reader

- **Grundhaltung zu Geschlechtsneutralität:** Jeweils rund ein Drittel steht dem Thema Geschlechtsneutralität grundsätzlich positiv (38%) bzw. neutral (37%) gegenüber. Das restliche Viertel zeigt sich kritisch bis ablehnend (26% | politisch rechts der Mitte: 41%). Knapp jede*r Vierte (24%) befürwortet Lebensläufe ohne Geschlechtsangabe. Nur 14% fänden eine genderfreie Sortierung von Kleidung im Handel positiv.
- **Genderneutrale WCs:** Knapp ein Fünftel (19%) bewertet Unisex-Toiletten positiv, ein Viertel (25%) neutral, die Mehrheit negativ (57%). Rund die Hälfte (53%) befürwortet die Einführung geschlechtsneutraler WCs in Österreich – bevorzugt zusätzlich zu bestehenden Damen- und Herren-WCs (42%).
- **Nutzung:** 63% würden sich bei der Nutzung von Unisex-Toiletten unwohl fühlen, vor allem Frauen (72% vs. Männer 55%). Eine deutliche Mehrheit (86%) würde bei Wahlfreiheit getrennte WCs aufsuchen.
- **Gleichberechtigung:** Nur ein Viertel (25%) sieht geschlechtsneutrale WCs als wichtigen Schritt zu mehr Gleichberechtigung.
- **Alter und politische Orientierung:** Jüngere Menschen und Befragte mit (eher) linker Einstellung zeigen sich durchwegs offener gegenüber Geschlechtsneutralität, während im rechten Spektrum die Ablehnung deutlich stärker ausfällt.

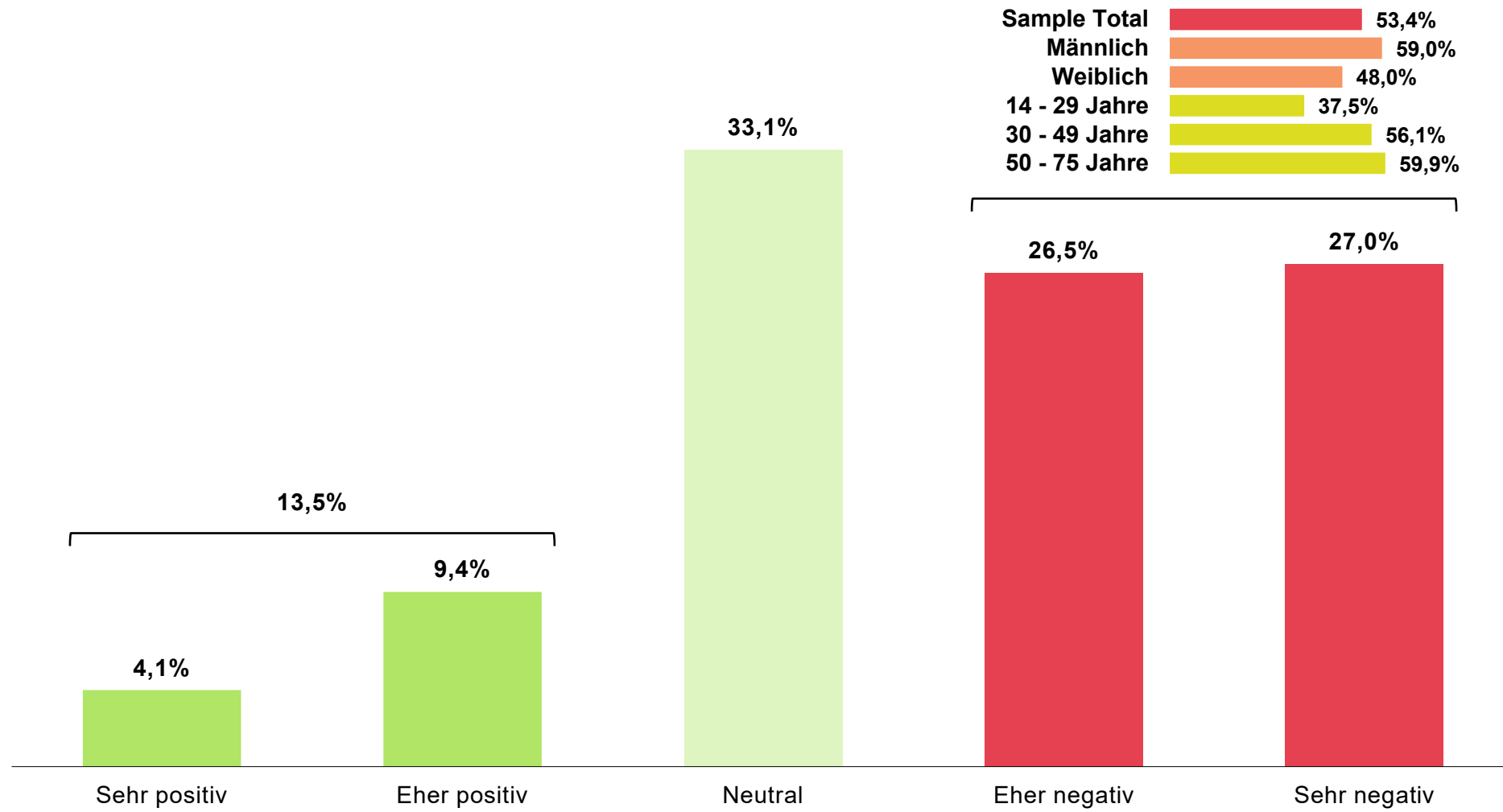
Persönliche Haltung zu Geschlechtsneutralität



Einstellung zu Bewerbungsunterlagen ohne Geschlechtsangabe



Einstellung zur genderfreien Sortierung von Kleidung im Handel



Wenn Kleidung in Geschäften nicht mehr nach „Damen“ und „Herren“, sondern geschlechtsneutral nach Stil/ Funktion (z. B. sportlich, elegant, casual) sortiert wäre – wie würden Sie das finden? || n=1.000 || MW 3,6 (Skala von "1 = Sehr positiv" bis "5 = Sehr negativ")

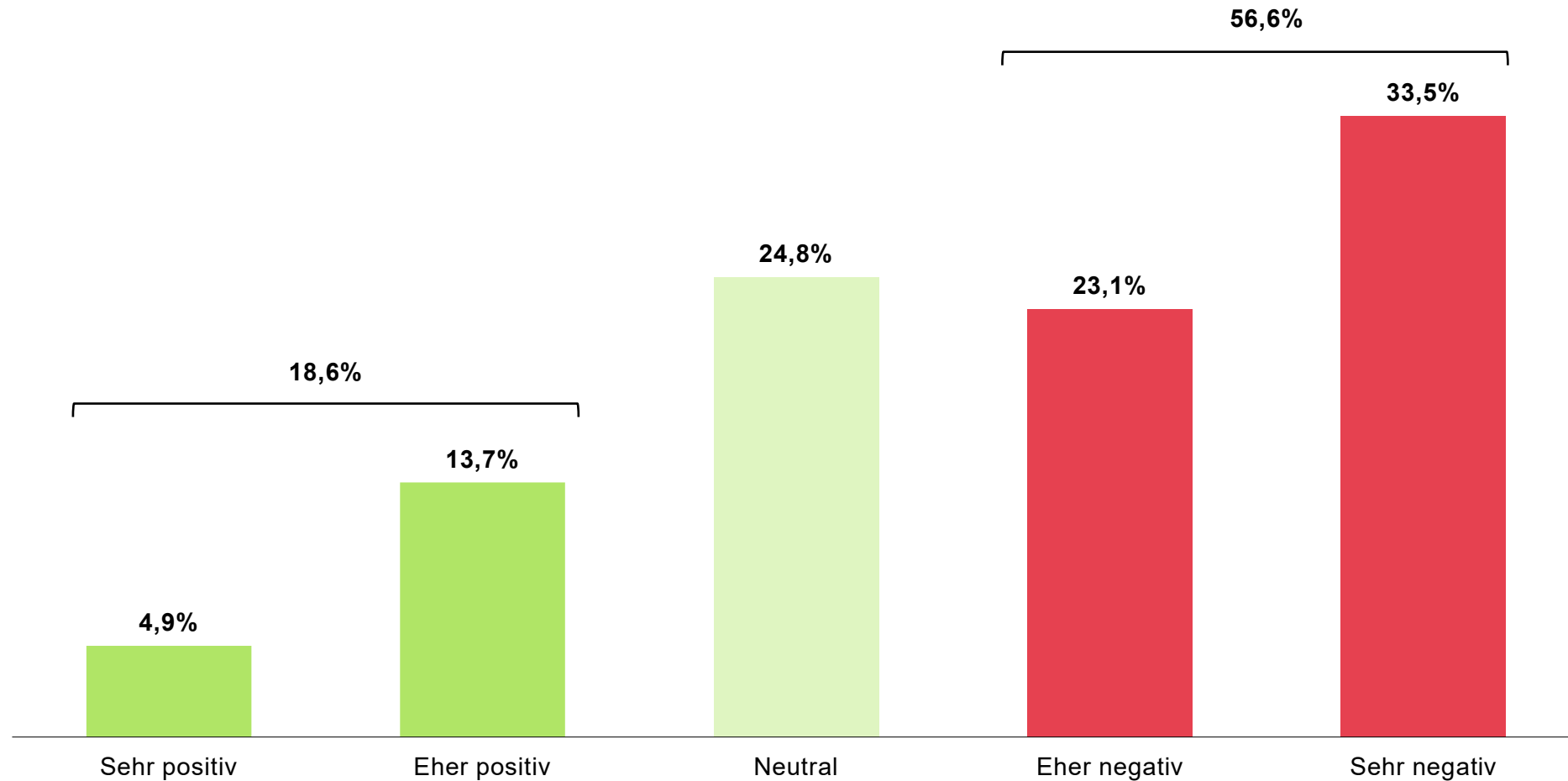


”

Unsere Studie zeigt klar: Die Offenheit für Genderneutralität ist in Österreich da, aber sie verläuft entlang von Generationen und politischen Linien. Jüngere und progressiv eingestellte Menschen sind eher bereit, Neues auszuprobieren, während Ältere stärker an Gewohntem festhalten.

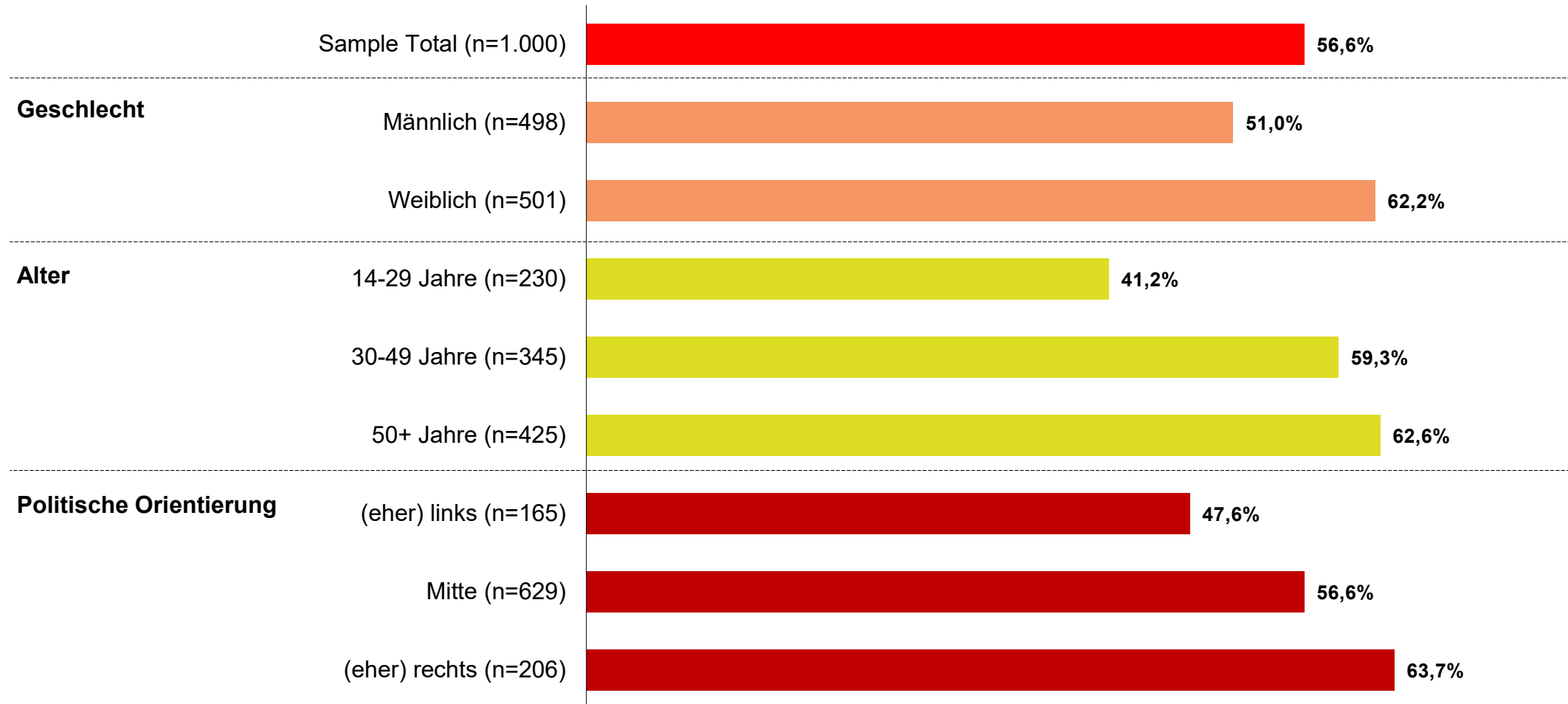
— Andrea Berger, Research & Communications Manager bei Marketagent

Einstellung zu geschlechtsneutralen WCs im öffentlichen Raum



Negative Einstellung zu geschlechtsneutralen WCs im Detail

Bottom-2-Box: Eher negativ + Sehr negativ

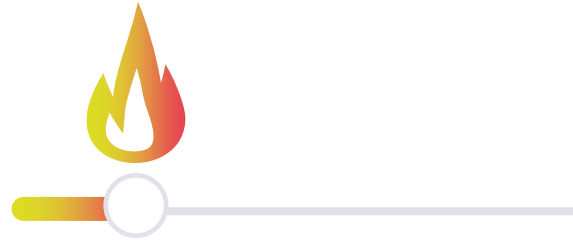


Summary: Einstellung zu Geschlechtsneutralität



23,8%

sind aufgeschlossen gegenüber
geschlechtsneutralen Bewerbungen



18,6%

bewerten geschlechtsneutrale WCs
positiv

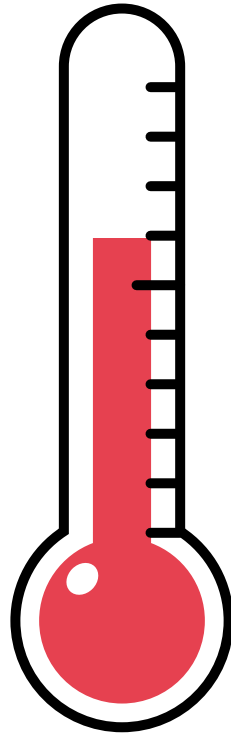


13,5%

reagieren positiv auf genderfreie
Sortierung im Mode-Handel

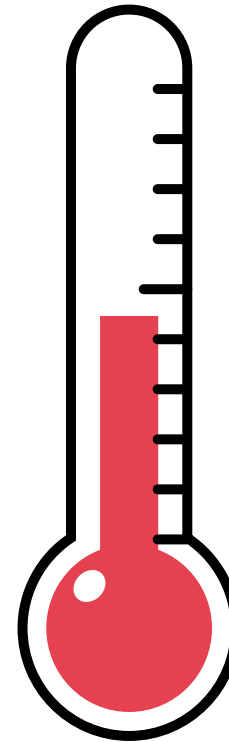
Summary: Wie würden Sie es finden, wenn Bewerbungsunterlagen (z. B. Lebensläufe) künftig ganz ohne Geschlechtsangabe eingereicht werden? | Wenn Kleidung in Geschäften nicht mehr nach „Damen“ und „Herren“, sondern geschlechtsneutral nach Stil/ Funktion (z. B. sportlich, elegant, casual) sortiert wäre – wie würden Sie das finden? | Wie stehen Sie der Idee von geschlechtsneutralen WCs gegenüber? || n=1.000 || Top-2-Box: (eher) positiv

Unbehagen bei Nutzung geschlechtsneutraler WCs



71,5%

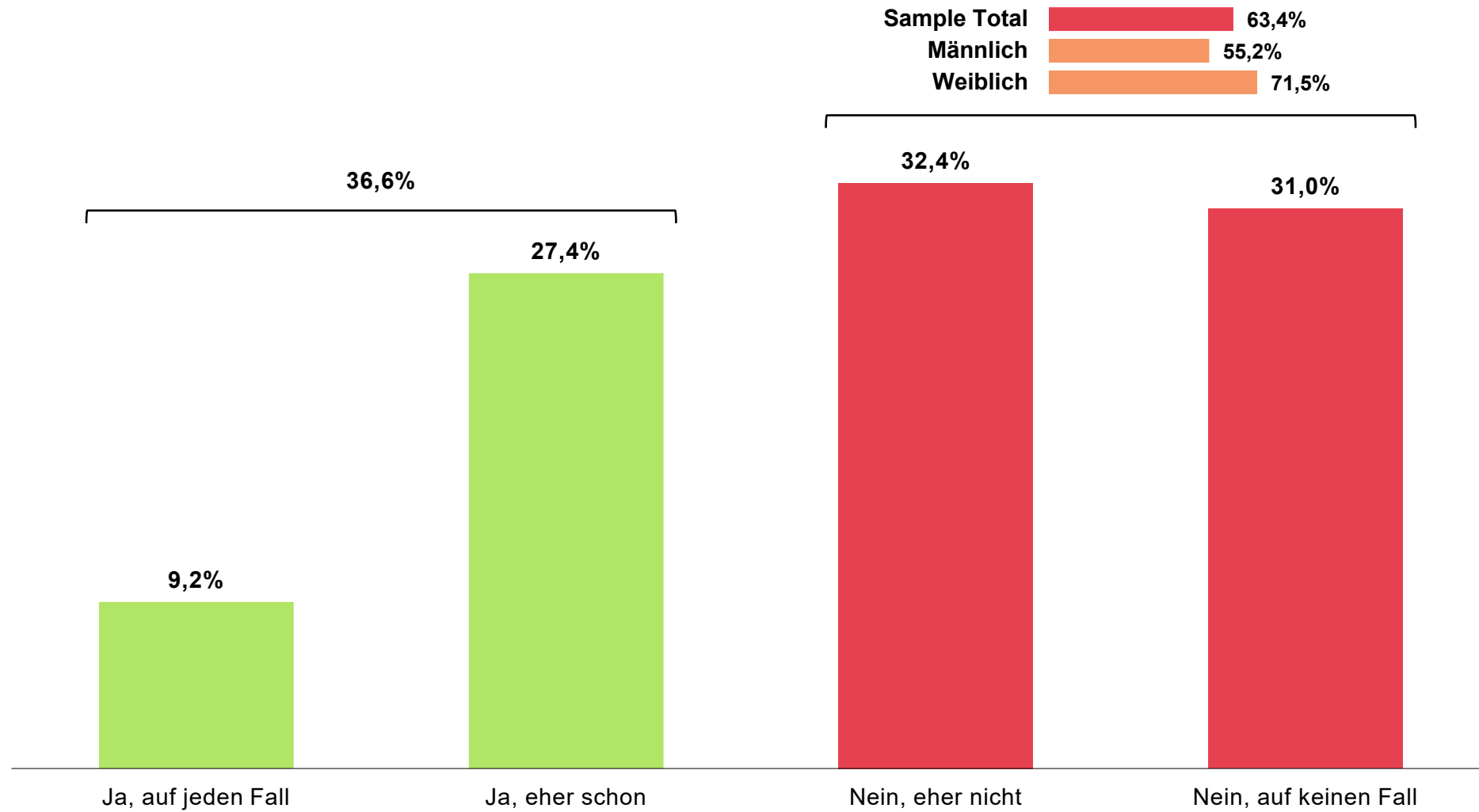
der **Frauen**
würden sich bei der
Benutzung eines
geschlechtsneutralen WCs
(eher) nicht wohl fühlen



55,2%

der **Männer**
würden sich bei der
Benutzung eines
geschlechtsneutralen WCs
(eher) nicht wohl fühlen

Wohlbefinden bei Nutzung geschlechtsneutraler WCs



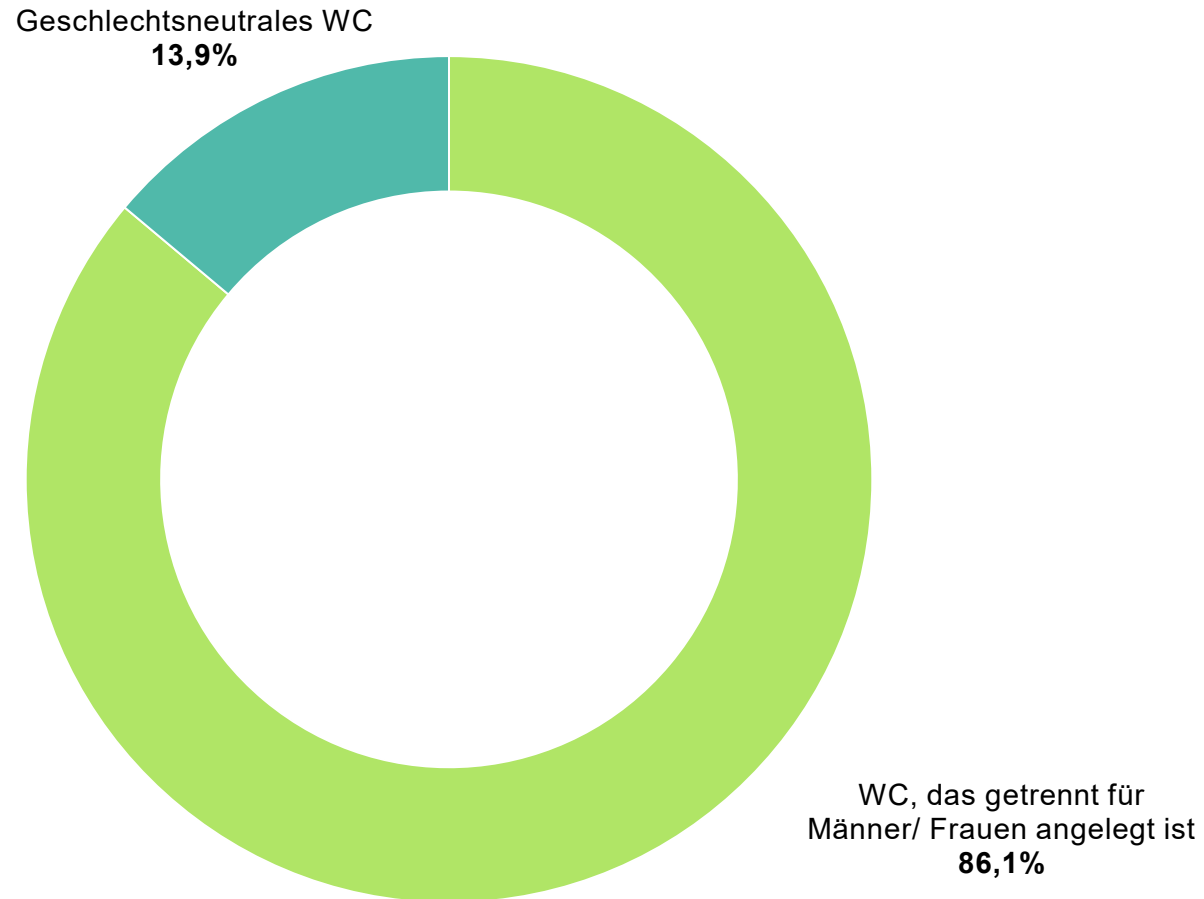
Würden Sie sich wohlfühlen, ein geschlechtsneutrales WC zu benutzen? || n=1.000 || MW 2,9 (Skala von "1 = Ja, auf jeden Fall" bis "4 = Nein, auf keinen Fall")



Genderneutrale Toiletten sind weniger ein Kulturkampf als ein Komfortthema. Die meisten Österreicher*innen sind offen für neue Formen der Inklusion, wünschen sich jedoch Wahlfreiheit. Am Ende gilt wie so oft: Fortschritt funktioniert dann am besten, wenn er mit den Menschen gestaltet wird und ihnen Raum lässt, Vertrautheit zu entwickeln.

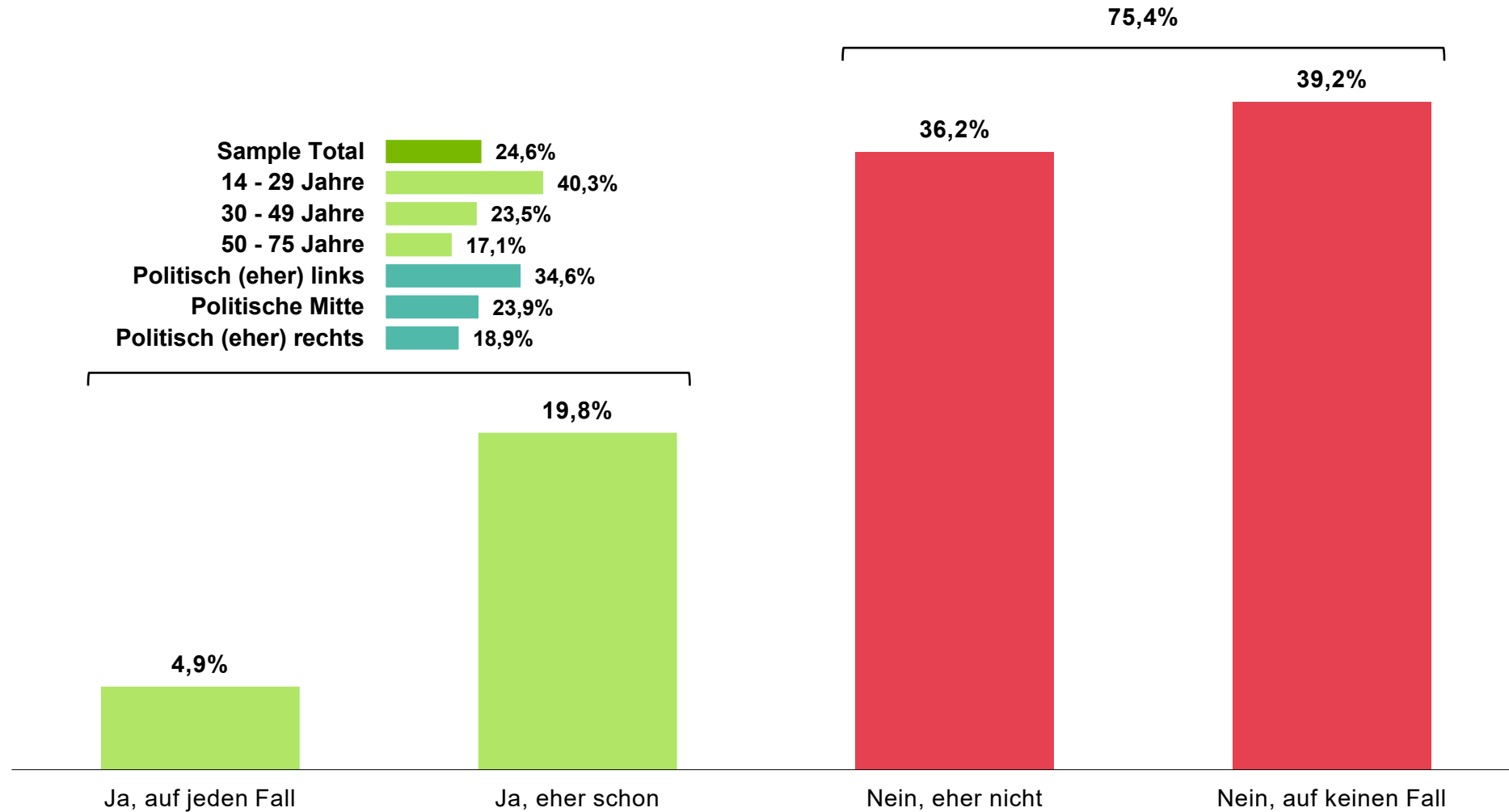
— Thomas Schwabl, Gründer und Geschäftsführer von Marketagent

Präferierte WC-Variante im öffentlichen Raum

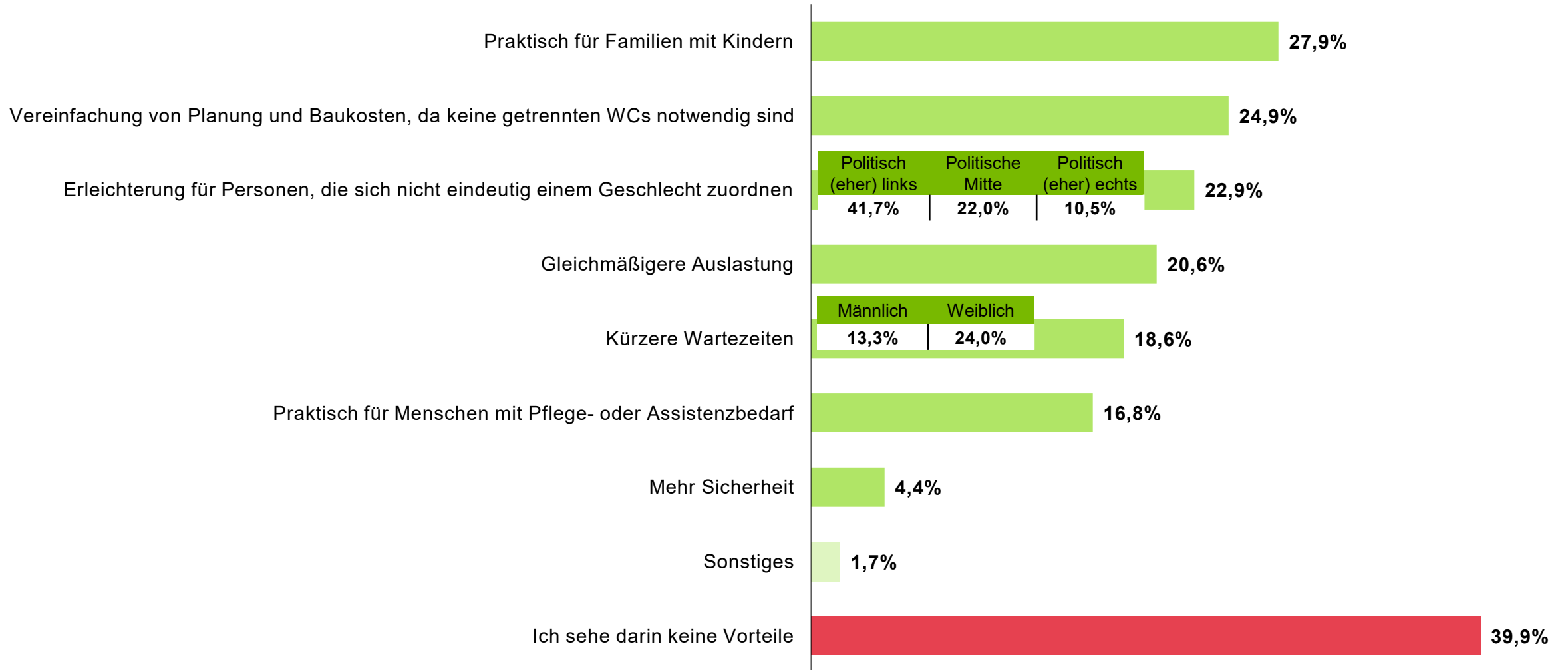


[...] Würden Sie an öffentlichen Orten lieber ein geschlechtsneutrales WC aufsuchen oder ein WC, das getrennt für Männer/ Frauen angelegt ist? || n=1.000

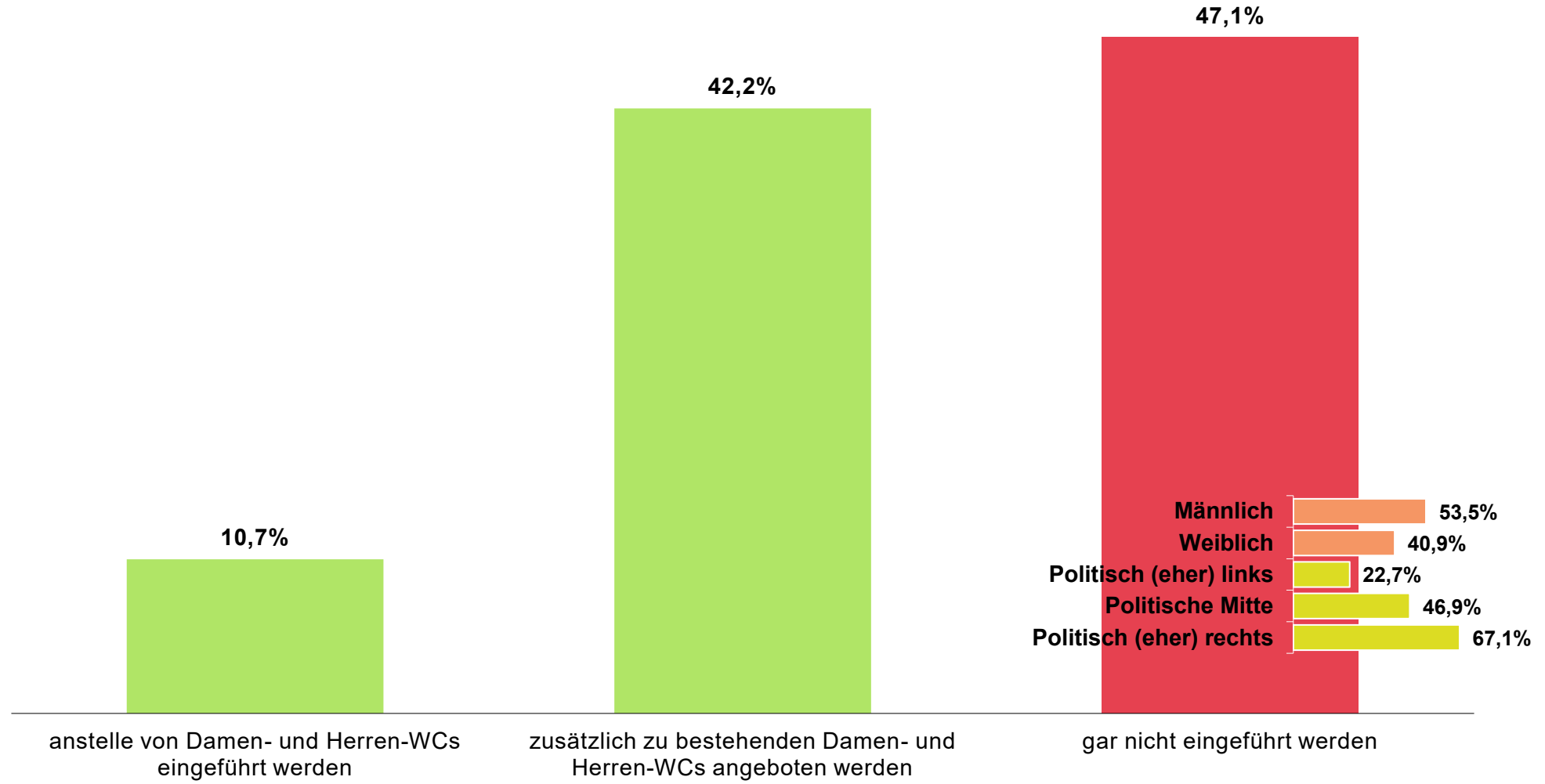
Geschlechtsneutrale WCs als Beitrag zu mehr Gleichberechtigung



Wahrgenommene Vorteile geschlechtsneutraler WCs



Geschlechtsneutrale WCs sollten in Österreich ...



**einfach
schnell
fragen.**

Mag. Andrea Berger
Research & Communications

a.berger@marketagent.com
+43 (0) 2252 909 009 25
www.marketagent.com

www.marketagent.com



marketagent.