

Ein heikles Geschäft:

# Unisex-Toiletten im Meinungscheck

Jänner 2026

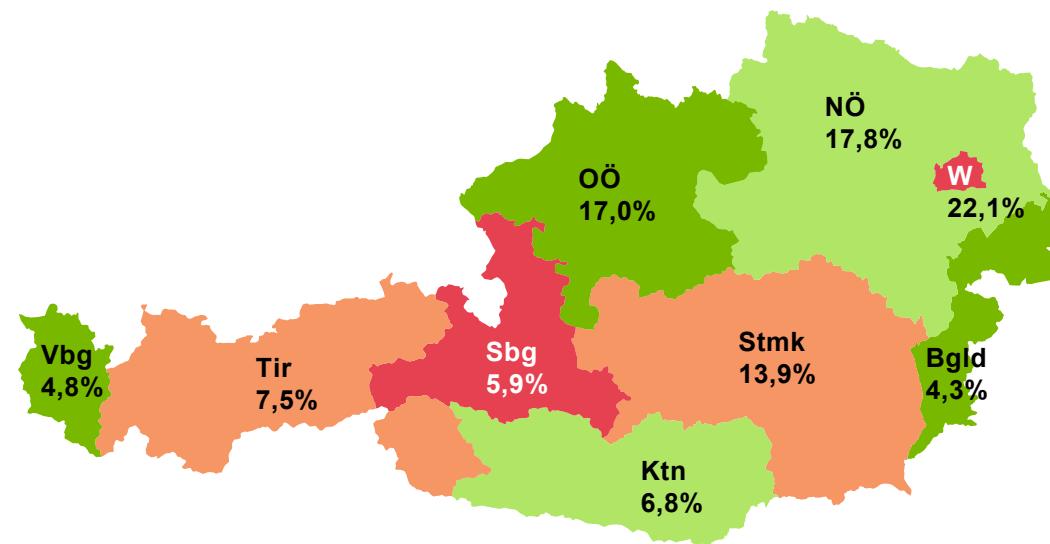
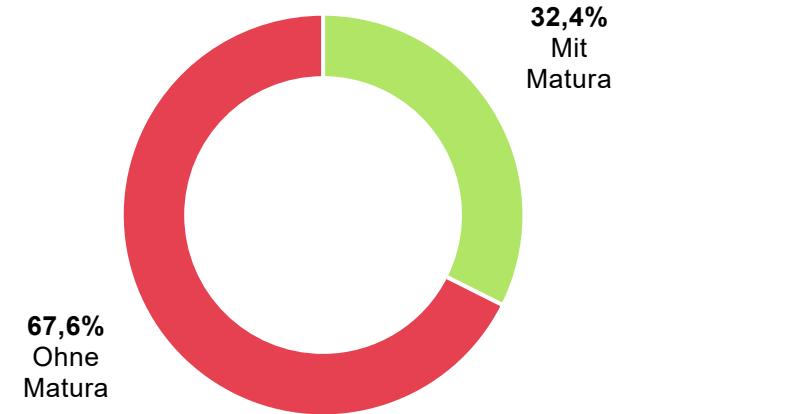
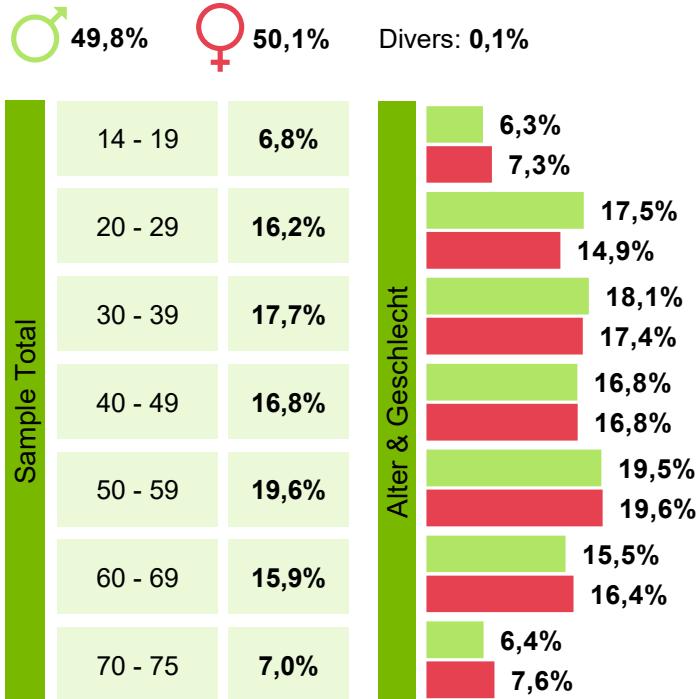


**marketagent.**

# Umfrage-Basics | Studien-Steckbrief

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

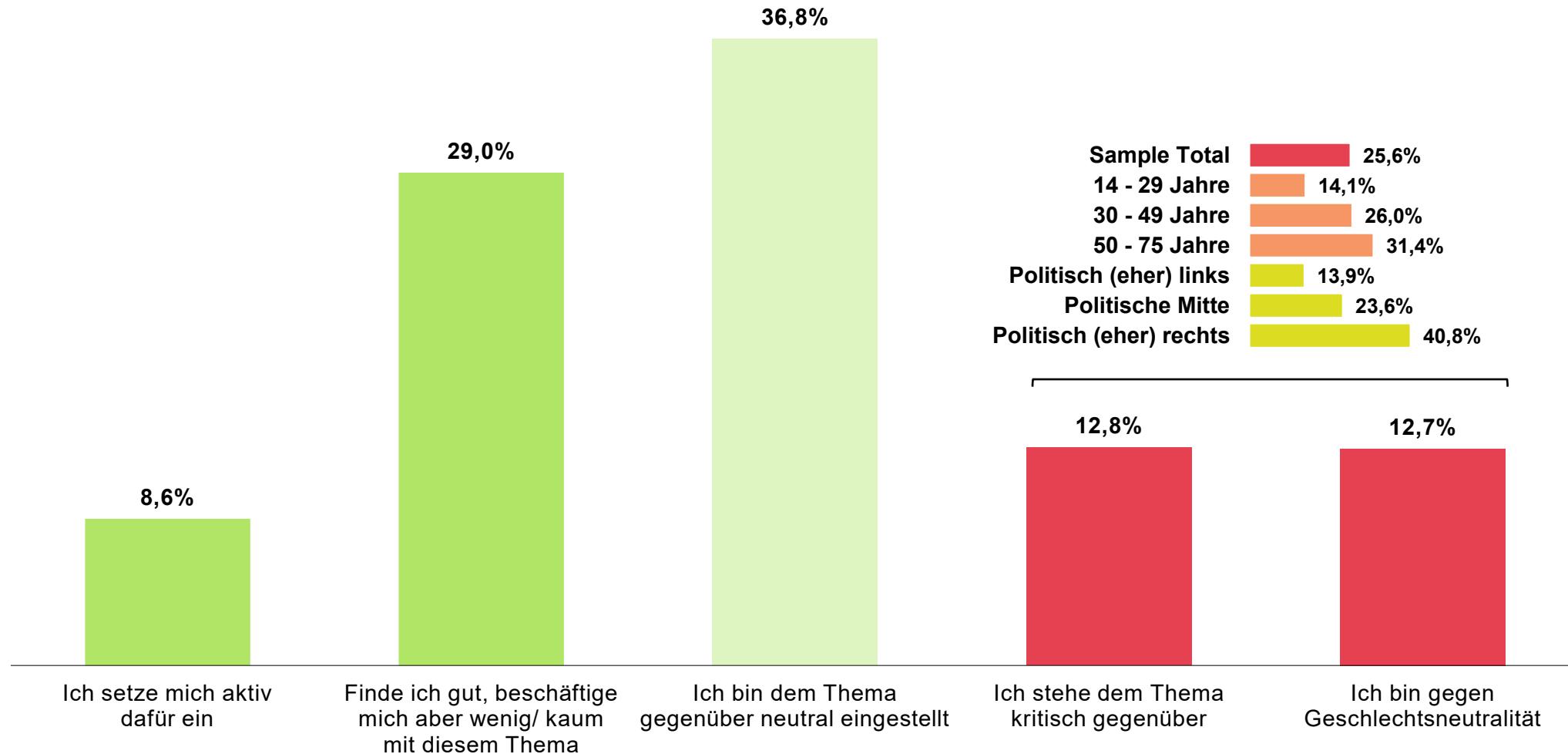
# Zusammensetzung des Samples | n = 1.000



# Quick-Reader

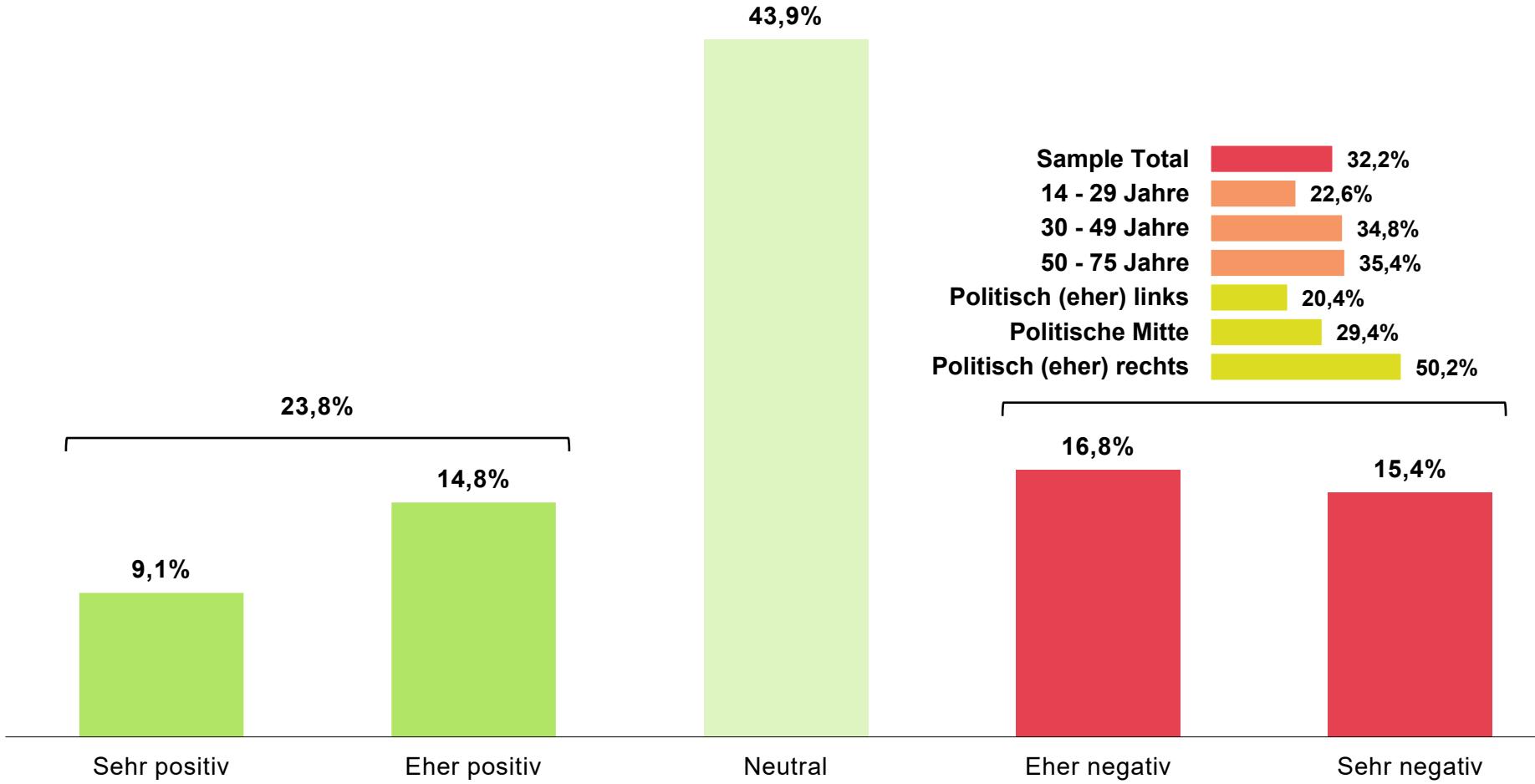
- **Grundhaltung zu Geschlechtsneutralität:** Jeweils rund ein Drittel steht dem Thema Geschlechtsneutralität grundsätzlich positiv (38%) bzw. neutral (37%) gegenüber. Das restliche Viertel zeigt sich kritisch bis ablehnend (26% | politisch rechts der Mitte: 41%). Knapp jede\*r Vierte (24%) befürwortet 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

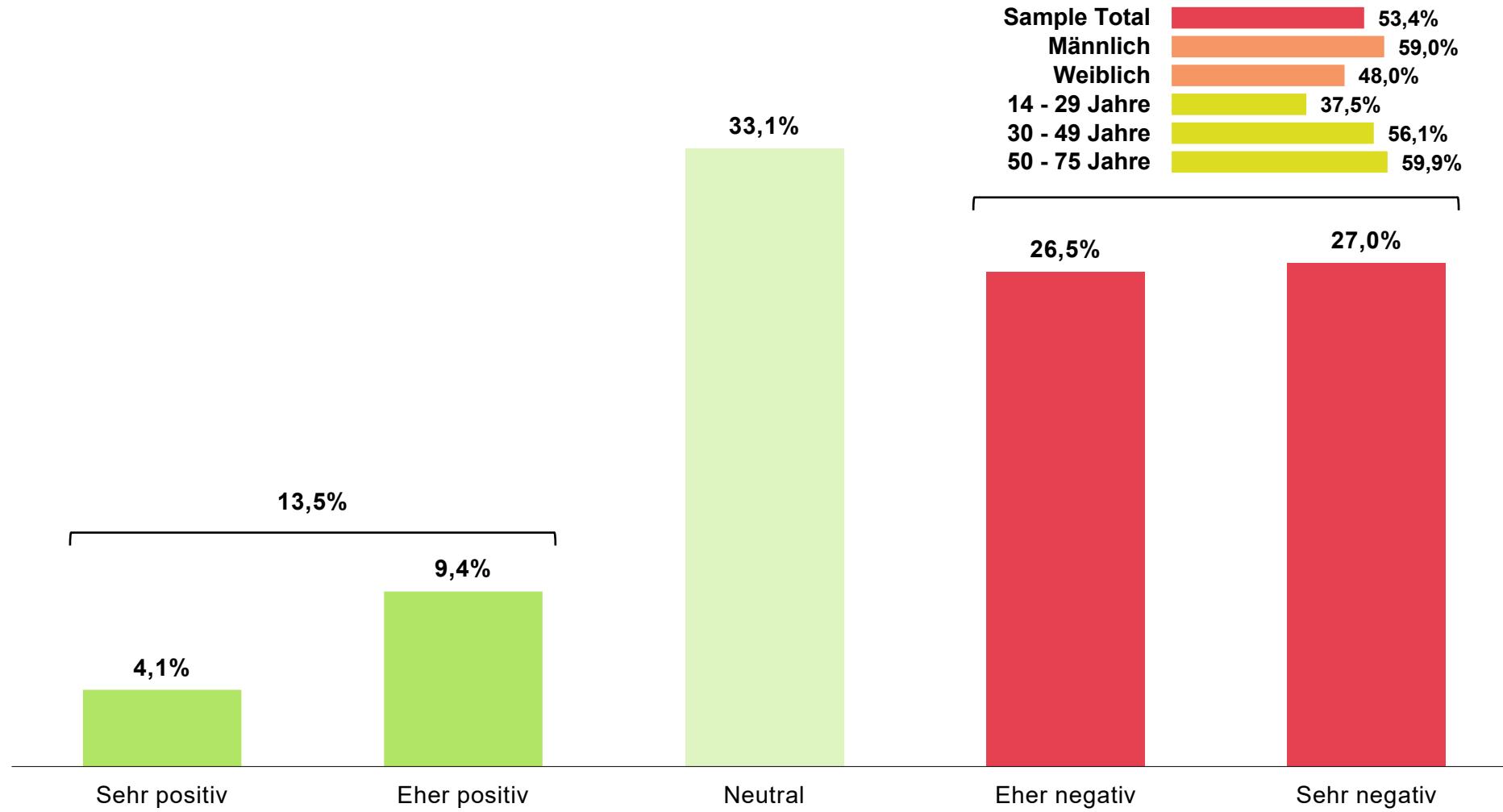


1. [...] Was beschreibt Ihre persönliche Einstellung in Bezug auf „Geschlechtsneutralität“ am besten? || n=1.000

# Einstellung zu Bewerbungsunterlagen ohne Geschlechtsangabe



# Einstellung zur genderfreien Sortierung von Kleidung im Handel



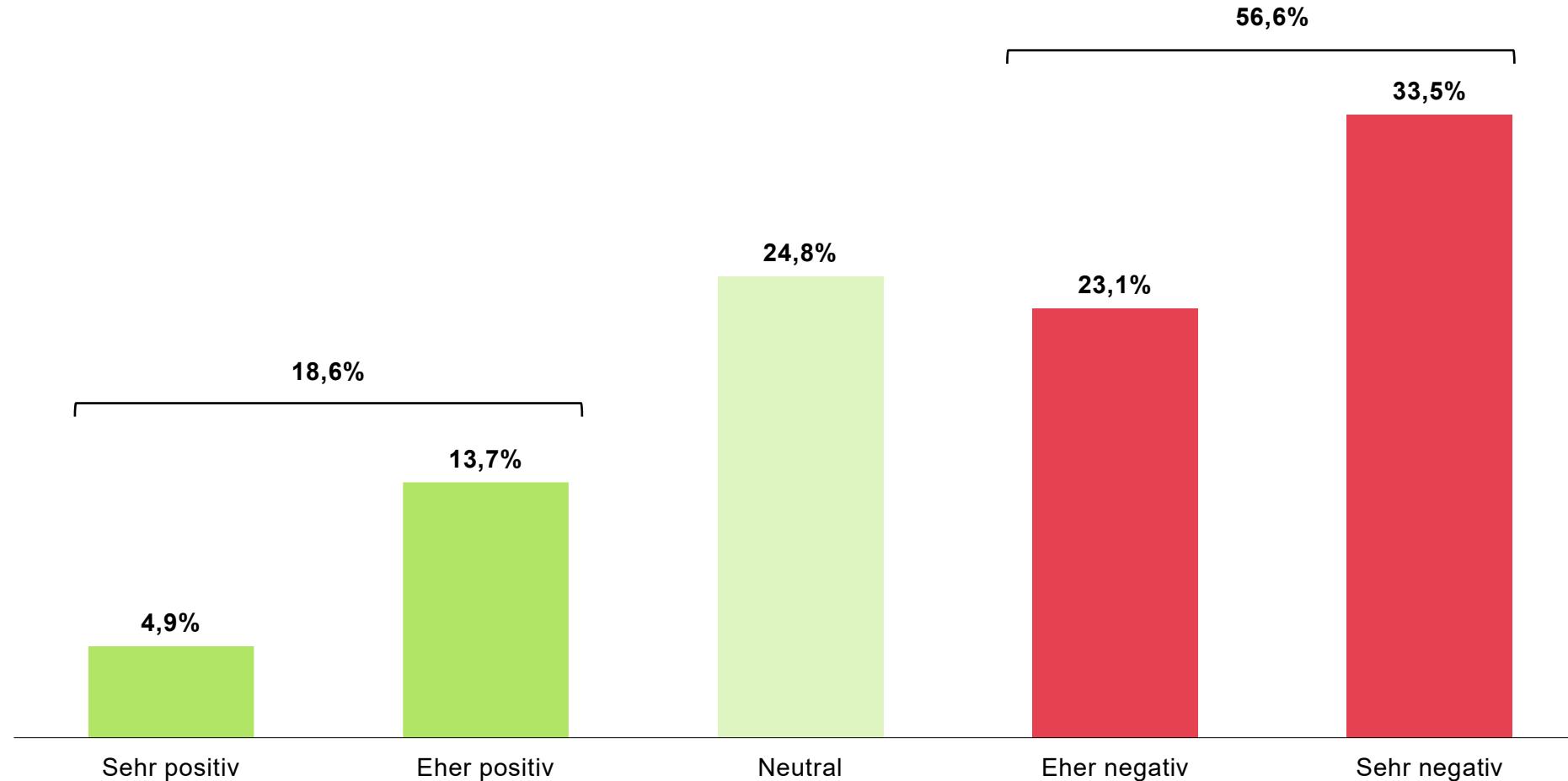
7 Wenn Kleidung in Geschäften nicht mehr nach „Damen“ und „Herren“, sondern geschlechtsneutral nach Stil/ Funktion (z. B. sportlich, elegant, casual) sortiert wäre – wie würden Sie das finden? || n=1.000 || MW 3,6 (Skala von "1 = Sehr positiv" bis "5 = Sehr negativ")



„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

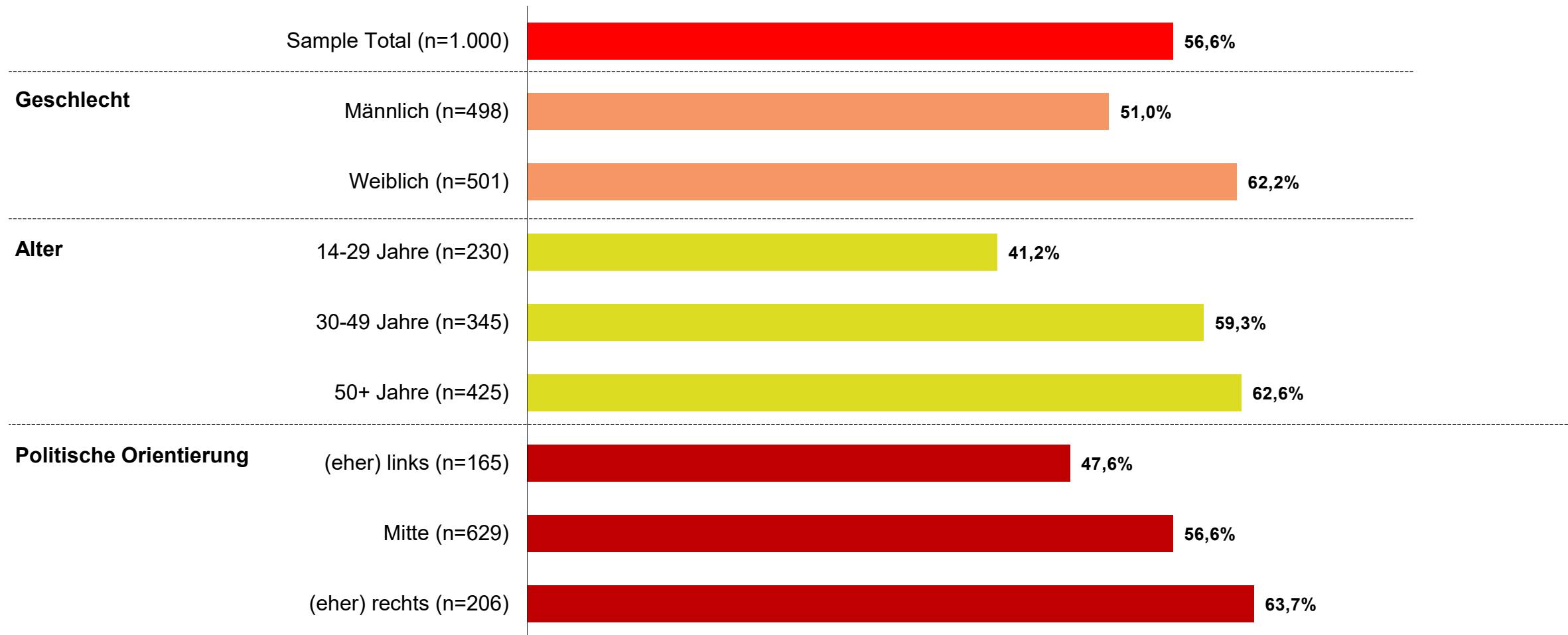
# Einstellung zu geschlechtsneutralen WCs im öffentlichen Raum



9 Bitte denken Sie nun speziell an geschlechtsneutrale Toiletten an öffentlichen Orten, d.h. an Toilettenanlagen, die nicht nach Geschlecht getrennt sind, sondern von allen genutzt werden können. Wie stehen Sie der Idee von geschlechtsneutralen WCs gegenüber? || n=1.000 || MW 3,7 (Skala von "1 = Sehr positiv" bis "5 = Sehr negativ")

# Negative Einstellung zu geschlechtsneutralen WCs im Detail

Bottom-2-Box: Eher negativ + Sehr negativ

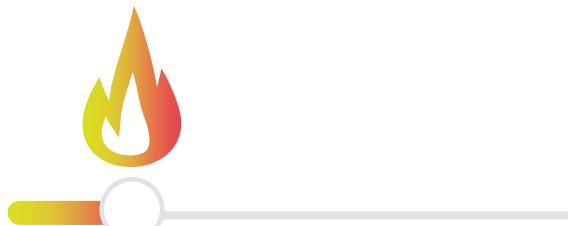


# Summary: Einstellung zu Geschlechtsneutralität



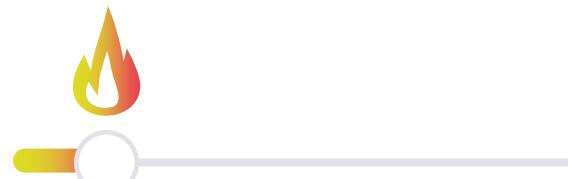
**23,8%**

sind aufgeschlossen gegenüber  
geschlechtsneutralen Bewerbungen



**18,6%**

bewerten geschlechtsneutrale WCs  
positiv

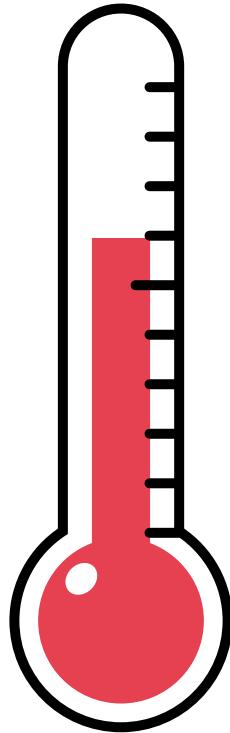


**13,5%**

reagieren positiv auf genderfreie  
Sortierung im Mode-Handel

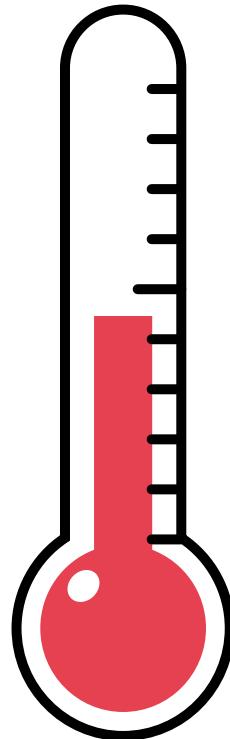
Summary: Wie würden Sie es finden, wenn Bewerbungsunterlagen (z. B. Lebensläufe) künftig ganz ohne Geschlechtsangabe eingereicht werden? | Wenn Kleidung in Geschäften nicht mehr nach „Damen“ und „Herren“, sondern geschlechtsneutral nach Stil/ Funktion (z. B. sportlich, elegant, casual) sortiert wäre – 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%**

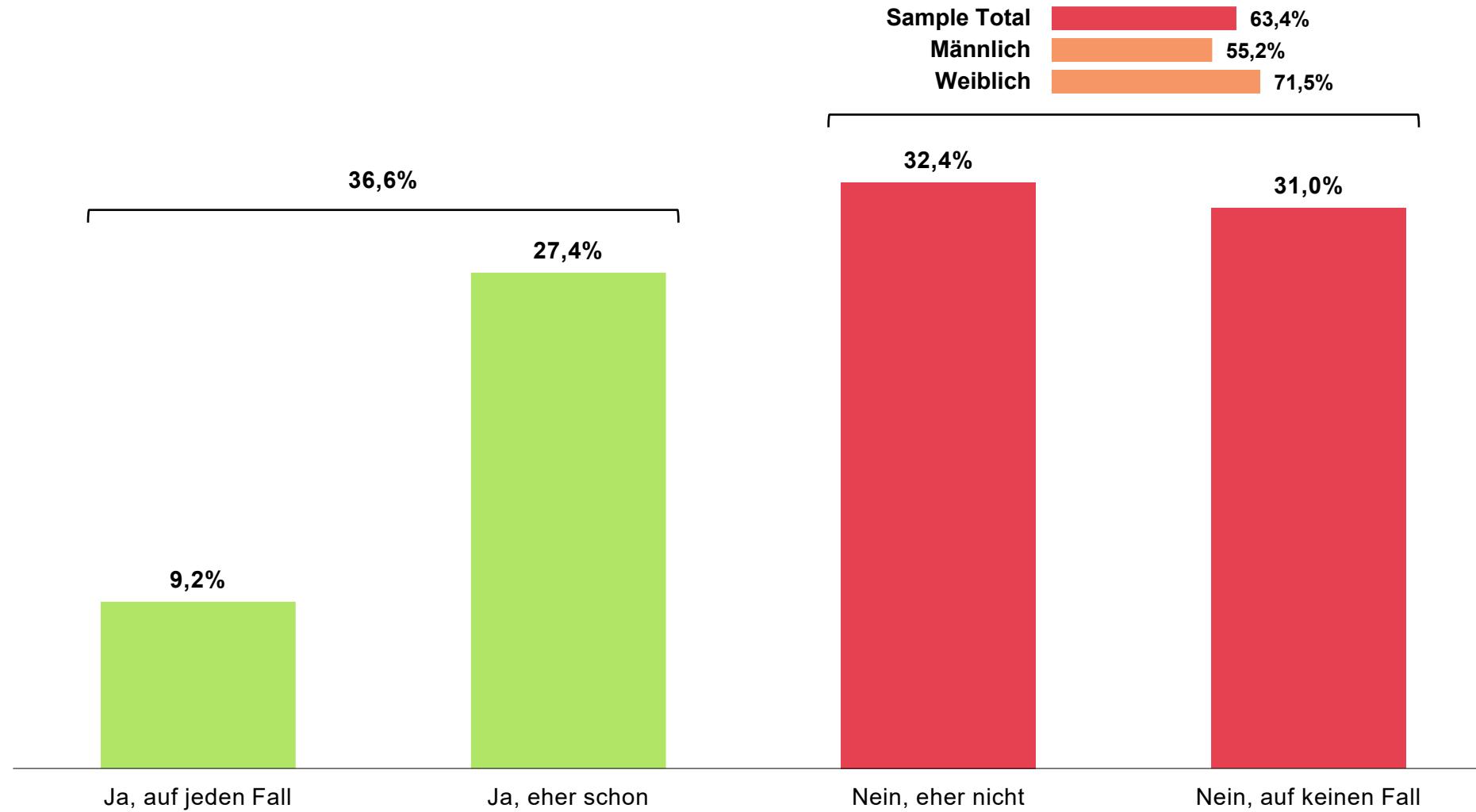
der **Frauen**  
würden sich bei der  
Benutzung eines  
geschlechtsneutralen WCs  
(eher) nicht wohl fühlen



**55,2%**

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

# Wohlbefinden bei Nutzung geschlechtsneutraler WCs



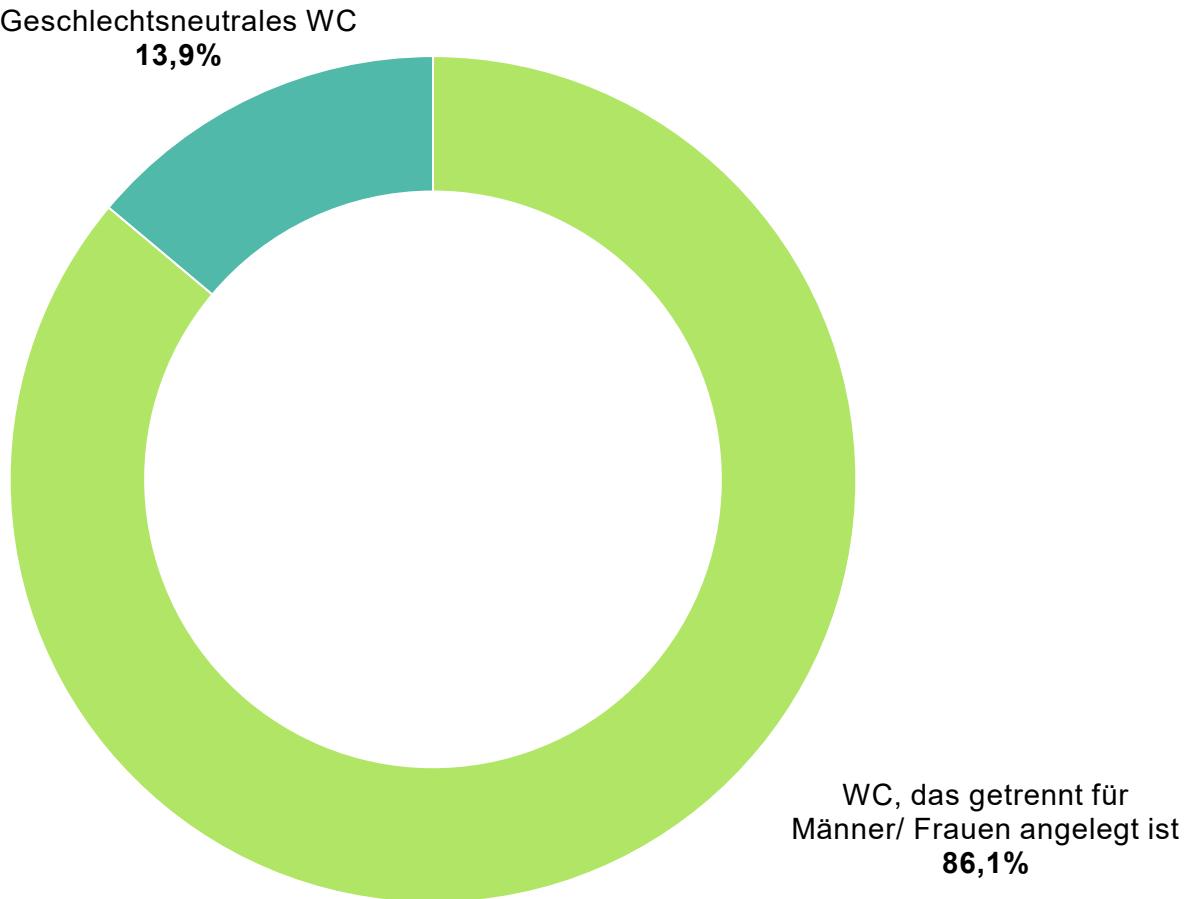
Würden Sie sich wohlfühlen, ein geschlechtsneutrales WC zu benutzen? || n=1.000 || MW 2,9 (Skala von "1 = Ja, auf jeden Fall" bis "4 = Nein, auf keinen Fall")



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.

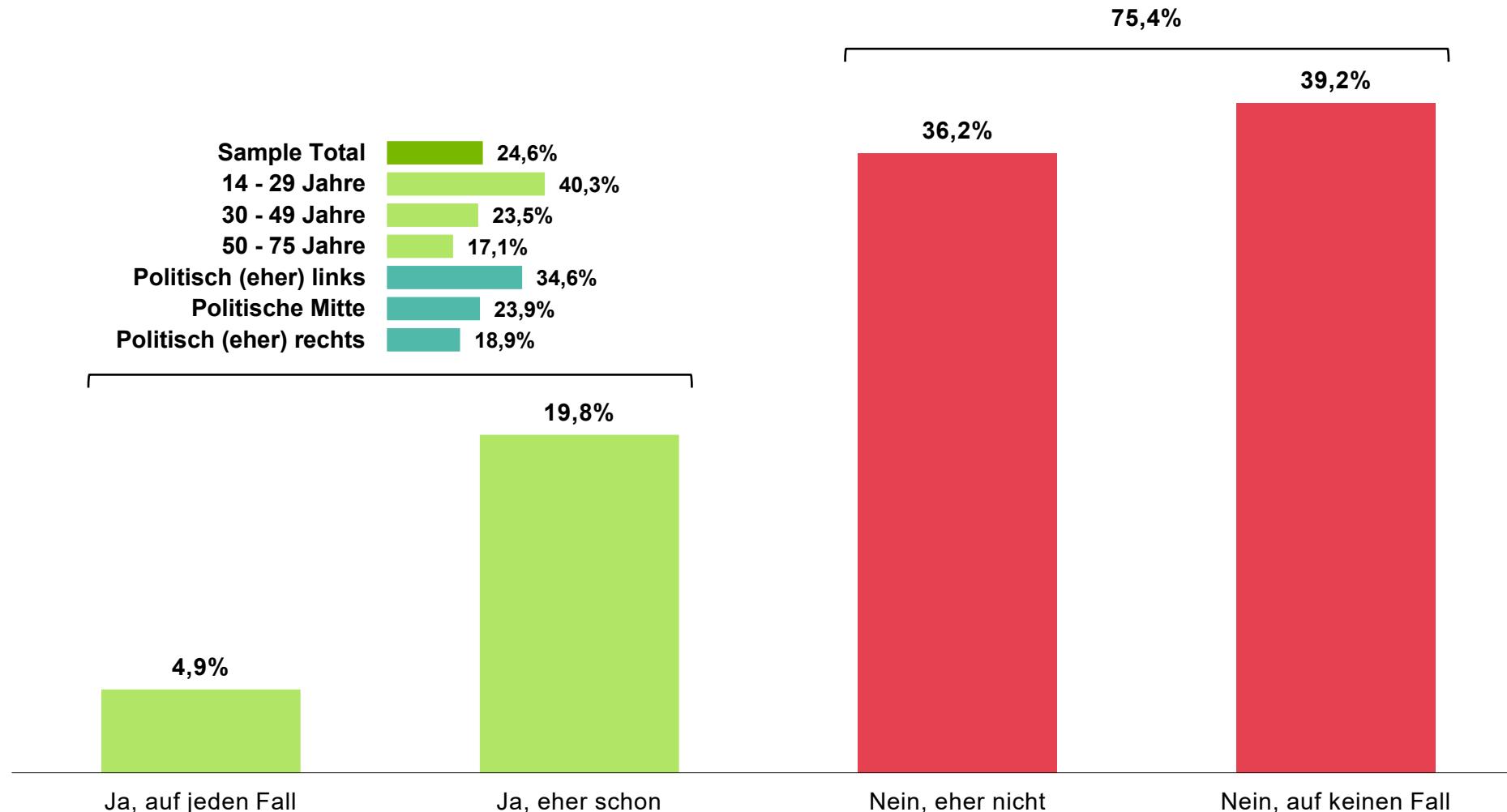
— Thomas Schwabl, Gründer und Geschäftsführer von Marketagent

# Präferierte WC-Variante im öffentlichen Raum



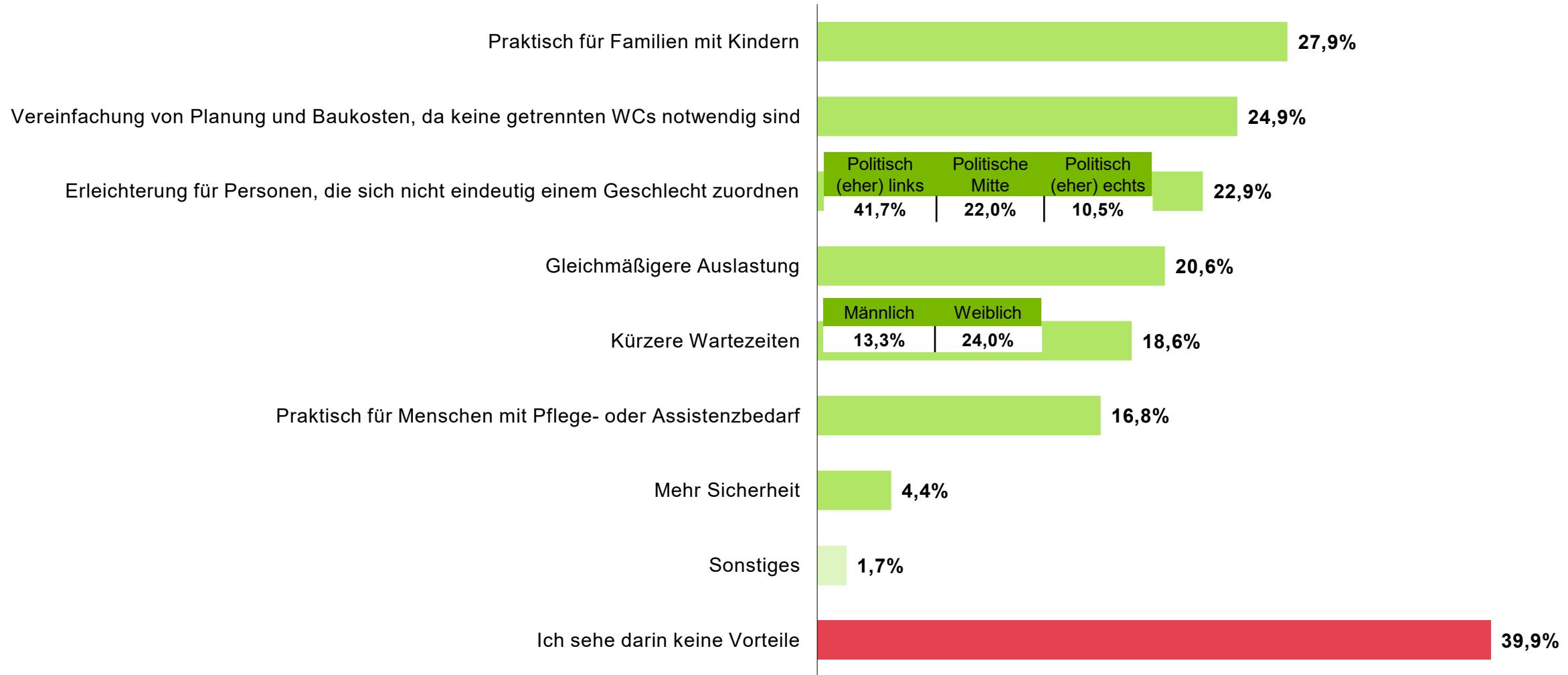
[...] Würden Sie an öffentlichen Orten lieber ein geschlechts neutrales WC aufsuchen oder ein WC, das getrennt für Männer/ Frauen angelegt ist? || n=1.000

# Geschlechtsneutrale WCs als Beitrag zu mehr Gleichberechtigung

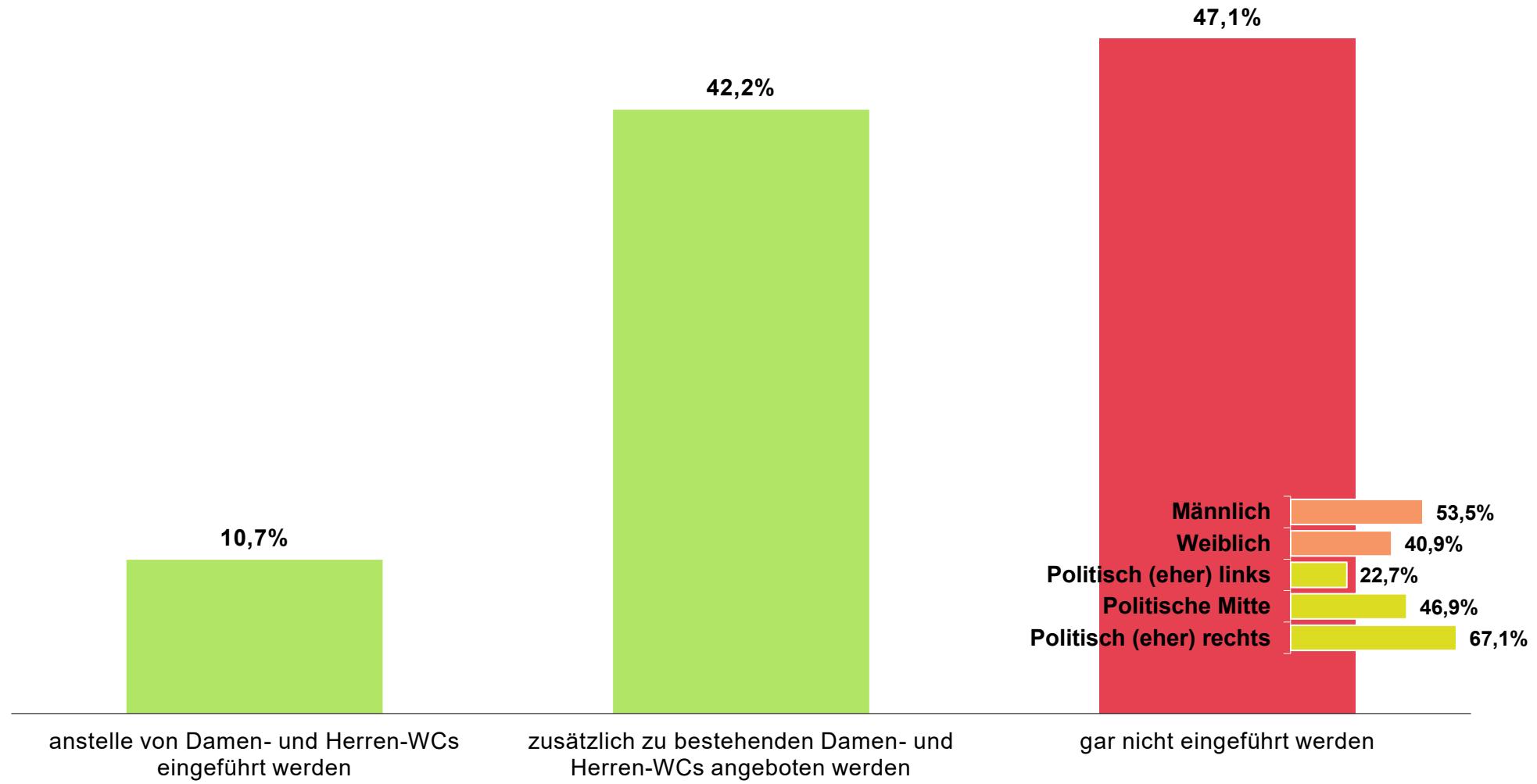


Sind geschlechtsneutrale WCs Ihrer Ansicht nach ein wichtiger Schritt in Richtung mehr Gleichberechtigung? || n=1.000 ||  
MW 3,1 (Skala von "1 = Ja, auf jeden Fall" bis "4 = Nein, auf keinen Fall")

# 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](http://www.marketagent.com)

[www.marketagent.com](http://www.marketagent.com)



**LEITBETRIEBE AUSTRIA**



**marketagent.**