



Presseinformation 21. Mai 2026

**Innenperspektive der LGBTQIA+-Community:  
So werden Akzeptanz und Inklusion in der heutigen Arbeitswelt tatsächlich erlebt**

# **NIVEA UNLIMITED 2026: Der Reality- Check**

**Eine von NIVEA in Kooperation mit der Stonewall GmbH (u.a. Veranstalterin der Vienna Pride), Pride Biz Austria, AGPRO und Queer Business Women\* durchgeführte Erhebung zum Thema Diversity in der Arbeitswelt zeigt, wo Fortschritt angekommen ist und welche Barrieren weiterhin bestehen. 155 befragte Personen formulieren, was Unternehmen tun sollten, um Inklusion nicht nur sichtbar, sondern messbar, glaubwürdig und im Arbeitsumfeld tatsächlich erlebbar zu machen.**

Über die NIVEA UNLIMITED 3.0 Studie 2026:

In dem von NIVEA beauftragten Reality Check wurde die Erhebung 2026 erstmals gezielt innerhalb der LGBTQIA+ Community durchgeführt und richtete sich mit Unterstützung der Partnerorganisationen Stonewall GmbH (u.a. Veranstalterin der Vienna Pride), Pride Biz, Austria, AGPRO und Queer Business Women\* an Community-Mitglieder in Österreich. Die quantitativ-qualitative Online-Befragung fand im März und April 2026 statt; insgesamt nahmen 203 Personen teil, davon wurden 155 Interviews von 25- bis 64-Jährigen vollständig abgeschlossen. Nach *Awareness* in der ersten [Studie \(2024\)](#) und *Empathie* in der [zweiten \(2025\)](#) rückt UNLIMITED 3.0 nun das *persönliche Erleben* sowie die *Messbarkeit von Akzeptanz und Inklusion* im Arbeitsalltag in den Mittelpunkt.

## **Ergebnisse der NIVEA UNLIMITED Studie 2026 im Überblick:**

- ⇒ **Stillstand trotz Fortschritt:** Punktuell sind positive Veränderungen erkennbar, insgesamt bleibt der Wandel aber zu schwach, um im Arbeitsalltag als echte Bewegung anzukommen.
- ⇒ **Nicht Gegenwind, sondern Zurückhaltung bremst:** Fehlende Handlungssicherheit und Unwissen grenzen queere Menschen aktuell stärker aus als offene Ablehnung.
- ⇒ **Noch immer nicht ganz angekommen:** Diversität ist sichtbarer geworden – Offenheit, Zugehörigkeit und Sicherheit sind im Arbeitsalltag jedoch keine Selbstverständlichkeit.
- ⇒ **Kommunikation allein überzeugt nicht:** Wo Aussagen, Maßnahmen und Führungsverhalten im Alltag nicht zusammenpassen, verliert Inklusion an Glaubwürdigkeit.
- ⇒ **Selbstverständlichkeit zählt mehr als Symbolik:** Gefordert sind keine punktuellen Zeichen, sondern Konsequenz, Verbindlichkeit und glaubwürdige Unterstützung über das ganze Jahr.
- ⇒ **Leadership entscheidet:** Fortschritt entsteht dort, wo Führungskräfte Verantwortung sichtbar übernehmen, Orientierung geben und Inklusion im Alltag nachvollziehbar machen.

Akzeptanz und Inklusion sind entscheidend für ein Arbeitsumfeld, in dem Menschen respektvoll zusammenarbeiten, Zugehörigkeit erleben und sich im Berufsalltag wohl und sicher fühlen. Mit der NIVEA UNLIMITED Initiative treibt NIVEA seit 2024 den Dialog über Vielfalt und Akzeptanz faktenbasiert voran und setzt Impulse für mehr gelebte Inklusion:



Presseinformation 21. Mai 2026

*„Die vergangenen Jahre haben gezeigt, dass sich die Erwartungen der Menschen an Arbeitgeber und Arbeitskultur spürbar gewandelt haben“, erklärt Marcin Kuchta, General Manager Beiersdorf Osteuropa & Österreich. „Entscheidend ist aus unserer Sicht, was Menschen im Arbeitsalltag tatsächlich erleben. Echte Veränderung entsteht nur, wenn Erfahrungen ernst genommen und in konsequentes Handeln übersetzt werden. Wir müssen ein Arbeitsumfeld schaffen, in dem die besten Talente sich gemeinsam wohlfühlen und zusammen die besten Ergebnisse liefern können. Unsere Mitarbeiter:innen sollen stolz sein, in unserem Unternehmen zu arbeiten. ‘Be proud in your skin’ leitet uns dabei, wir wollen ein sicheres und unterstützendes Arbeitsumfeld schaffen, in dem alle authentisch sein können.“*

### **Viel Bewusstsein, wenig Dynamik**

Der Wunsch nach einer Trendwende ist da, die [NIVEA UNLIMITED 3.0 Studie](#) zeichnet jedoch ein insgesamt zurückhaltendes Bild der Akzeptanz-Entwicklung: 41 % der Befragten nehmen Fortschritte wahr, 42 % sehen aber vor allem Stillstand. Es gibt also aus Sicht der Community keinen flächendeckenden Rückschritt, aber auch keinen klaren Aufbruch.

Zugleich macht die Untersuchung deutlich, dass Fortschritte nicht überall gleichermaßen ankommen. Positiv bewertet werden vor allem Bereiche, in denen Unternehmenskultur, Führung und verbindliche Regeln im Alltag zusammenwirken. Dort wird Inklusion eher als spürbar und glaubwürdig erlebt. Weniger Bewegung zeigt sich dort, wo vereinzelt durchgeführte Pride-Aktivitäten oder Einzelmaßnahmen nicht in dauerhaftes Handeln übersetzt werden. Aus Sicht der Befragten hängt Entwicklung noch häufig von einzelnen Personen ab und ist zu selten strukturell verankert. Auch gilt: Wo klare Standards, unterstützendes Führungsverhalten und nachvollziehbare HR-Maßnahmen zusammenkommen, wird Veränderung eher wahrgenommen. Wo dieses Engagement fehlt, entsteht schnell der Eindruck punktueller Symbolik statt nachhaltiger Entwicklung.

### **Sichtbarkeit ohne Sicherheit**

Ein zentrales Ergebnis der Studie ist die Lücke zwischen Sichtbarkeit und erlebter Sicherheit. Nur 9 % der Befragten sagen, dass sie am Arbeitsplatz offen über ihre Geschlechtsidentität oder sexuelle Orientierung sprechen können. Gleichzeitig berichten 37 % von Diskriminierung im beruflichen Umfeld, weitere 19 % von entsprechenden Erfahrungen außerhalb des Arbeitsplatzes. Zusätzlich geben 15 % an, Diskriminierung gegenüber anderen beobachtet zu haben. Nur 8 % erleben ihre:n Arbeitgeber:in als aktiv inklusiv, nur 10 % sehen Diversität durch die Unternehmensführung glaubwürdig vorgelebt. Die Ergebnisse deuten damit darauf hin, dass Offenheit für viele Menschen weiterhin mit Unsicherheit verbunden ist.

### **Warum Akzeptanz ausgebremst wird**

Eine wichtige Erkenntnis der NIVEA UNLIMITED Studie 3.0 ist, dass Akzeptanz derzeit weniger durch offene Ablehnung als durch Unsicherheit, fehlendes Wissen und mangelnde



Presseinformation 21. Mai 2026

Orientierung gebremst wird. Besonders häufig genannt werden dabei Wissenslücken und Verunsicherung (65 Nennungen), fehlendes Interesse außerhalb der Community (57 Nennungen), Angst vor negativen Reaktionen (52 Nennungen) sowie die Sorge, etwas Falsches zu sagen (49 Nennungen). Durchaus relevante Faktoren, die im Alltag häufig zu Schweigen, Zurückhaltung oder Ausweichen führen. Kritisch bewertet werden darüber hinaus Maßnahmen, die zwar sichtbar sind, im Arbeitsalltag jedoch nicht durch konkrete Strukturen oder konsequentes Handeln gestützt werden. In den offenen Antworten ist entsprechend von „Show statt Haltung“ die Rede – etwa, „wenn im Juni überall Regenbogen zu sehen sind, im Juli aber alles vergessen scheint“, oder „wenn positive Statements von Unternehmensseite intern folgenlos bleiben“. Die Studie verweist damit klar auf die Bedeutung einer glaubwürdigen, langfristigen und verbindlichen Umsetzung. Denn Inklusion entsteht nicht durch Logo-Platzierungen oder saisonale Aktivierung, sondern durch gelebte Praxis im Alltag.

### **Konkrete Haltung ist gefragt**

An Unternehmen richtet sich somit eine klare Erwartung: Entscheidend sind nicht einzelne symbolische Zeichen, sondern verlässliche Rahmenbedingungen im Alltag – allen voran klare Regeln, nachvollziehbare Standards, Schutzmechanismen, eine konsequente Haltung gegenüber Diskriminierung sowie Führungskräfte, die Verantwortung sichtbar übernehmen. Laut NIVEA UNLIMITED 3.0 Studie geht es dabei nicht nur um Haltung und Kommunikation, sondern auch darum, wie verbindlich Inklusion im Arbeitsalltag abgesichert wird. Ebenso wichtig sind alltagsnahe Sensibilität, selbstverständliches Korrekturverhalten bei Fehlern und der Anspruch, Diversität nicht als Sonderthema, sondern als Normalität zu behandeln. *„Queere Menschen sind überall: Die Nachbarin, der Neffe, die Freundin, mit der man Fußball spielt, oder eben der Arbeitskollege. Das zeigen wir jedes Jahr im Zuge von Vienna Pride. Und genau das sollte der Maßstab für Unternehmen sein: Dass alle Menschen überall dabei und in ihrer Unterschiedlichkeit selbstverständlich mitgedacht werden“*, sagt Katharina Kacerovsky-Strobl, Geschäftsführerin Stonewall & Veranstalterin VIENNA PRIDE.

### **Geteilte Perspektive statt markenisolierter Betrachtung**

Die NIVEA UNLIMITED Initiative macht auch deutlich, dass glaubwürdiger Fortschritt nicht aus einer Marke allein heraus entstehen kann, sondern im Zusammenspiel mit der Community und starken Partner:innen wie Pride Biz, AGPRO, Queer Business Women\* und Stonewall. Die Ergebnisse unterstreichen diesen Anspruch klar: 60 Nennungen verbinden Glaubwürdigkeit mit der Zusammenarbeit mit Community-Organisationen, 65 mit kontinuierlichen Initiativen und weitere 65 mit Entwicklung auf Führungsebene. Damit wird sichtbar, worauf es heute ankommt: nicht auf einzelne Signale, sondern auf ein belastbares Netzwerk aus Zuhören, Lernen und gemeinsam getragener Verantwortung. Genau darin



Presseinformation 21. Mai 2026

liegt der Anspruch von NIVEA UNLIMITED - Dialog nicht nur anzustoßen, sondern gemeinsam wirksam zu machen.

### **Fortschritt bei Beiersdorf**

Beiersdorf, der Mutterkonzern von NIVEA, verfolgt mit seiner globalen Roadmap das Ziel, allen Mitarbeitenden gleiche Chancen zu gewährleisten, unabhängig von kulturellem Hintergrund, ethnischer Zugehörigkeit, sexueller Orientierung, Geschlechtsidentität, Religion, Weltanschauung, Alter, Behinderung oder anderen Dimensionen der Vielfalt. Um diese Ambitionen in tägliches Handeln zu übersetzen, entwickelt das Unternehmen die Fähigkeiten seiner Führungskräfte weiter und stärkt konsequent eine inklusive Unternehmenskultur. Ein Beispiel dafür ist das globale Inclusive Leadership Training: Ende 2025 haben mehr als 85 % der rund 3.000 Führungskräfte weltweit am Programm teilgenommen und sind dadurch in der Lage und dazu angehalten, inklusive Prinzipien und Praktiken gezielt in ihrem Führungsalltag zu verankern.

Darüber hinaus engagieren sich Mitarbeitende lokal und global aktiv in Employee Resource Groups (ERGs), die u. a. Menschen mit Behinderungen, die LGBTQIA+-Community, Geschlechtervielfalt, Generationen, Eltern sowie kulturelle Diversität vertreten - offen auch für Allies.

In Osteuropa (Österreich inklusive) besteht zum Beispiel ein lokales Chapter der „Sisterhood is Power“-ERG, das Frauen bei der persönlichen und beruflichen Entwicklung unterstützt, beispielsweise durch Trainings und Mentoringprogramme.

### **Was das für die Zukunft bedeutet**

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass Sichtbarkeit allein nicht ausreicht. Fortschritt wird zwar punktuell wahrgenommen, echte Akzeptanz ist im Arbeitsalltag aber oft zu wenig spürbar. Ausgebremst wird sie derzeit weniger durch offene Ablehnung als durch Unsicherheit, fehlendes Wissen, mangelnde Verbindlichkeit und die Lücke zwischen kommunizierter Haltung und erlebter Realität. Entscheidend sind deshalb nicht einzelne Zeichen, sondern glaubwürdige Führung sowie klare Standards und Strukturen, die Inklusion dauerhaft im Alltag absichern. *„Unser Engagement in Österreich und Europa folgt einer einfachen Überzeugung: Vielfalt ist kein Widerspruch zu wirtschaftlichem Erfolg - sie ist eine Voraussetzung dafür. Dort, wo Zugehörigkeit entsteht, wachsen Vertrauen, Innovation und langfristige Wettbewerbsfähigkeit“*, so Lukas Burian, Präsident von Pride Biz Austria. Denn: Solange zwischen Kommunikation und erlebter Realität eine Lücke besteht, bleibt Vertrauen fragil. Umso wichtiger ist es, Diversität nicht als Kampagnenthema zu behandeln, sondern als selbstverständlichen Teil eines sicheren, fairen und glaubwürdigen Arbeitsalltags zu verankern.

### **Zur Studie**



Presseinformation 21. Mai 2026

Im Rahmen der von NIVEA initiierten Studie „UNLIMITED 2026“ wurden in Kooperation mit Pride Biz Austria, AGPRO, Queer Business Women\* und Stonewall im März und April 2026 insgesamt 203 Personen aus der LGBTQIA+ Community befragt, davon konnten 155 Interviews vollständig ausgewertet werden. Die quantitativ-qualitative Erhebung fokussiert erstmals ausschließlich die Innenperspektive der Community und versteht sich als datenbasierter Reality Check zu Akzeptanz, Inklusion und Glaubwürdigkeit von Maßnahmen in der Arbeitswelt. Im Fokus standen die Fragen, wie sich Akzeptanz und Inklusion entwickeln, welche Barrieren am stärksten wirken, wo Fortschritt oder Stillstand wahrgenommen wird und welche Maßnahmen als glaubwürdig erlebt werden. Die Ergebnisse schließen an die UNLIMITED Studien 2024 und 2025 an und markieren inhaltlich den Shift von Awareness und Empathie hin zu mehr Messbarkeit, Verantwortung und Leadership.

Die Initiative NIVEA UNLIMITED versteht sich nicht als Momentaufnahme, sondern als kontinuierlichen Aufruf zum Dialog. Mithilfe von Beiersdorfs und NIVEAs Partnerorganisationen geht es darum, weiter zu lernen und dabei anderen konkrete Impulse zu geben, wie Inklusion über Sichtbarkeit hinaus im täglichen Leben verankert werden kann.

### Über NIVEA

Mit über 110 Jahren Expertise ist NIVEA Pionier der modernen Hautpflege und weltweit führender Hautpflegeexperte. Eine ikonische Marke, der Millionen Menschen vertrauen und die sie lieben. NIVEA versteht, wie wichtig gesunde, schöne Haut ist und feiert all die positiven, freudvollen und verbindenden Erlebnisse, die damit einhergehen. Die Marke steht für Gemeinschaft, Positivität und verlässliche Pflege – für alle Menschen und jeden Hauttyp.

Als weltweit führende Hautpflegemarke\* trägt NIVEA eine Verantwortung, die über die Haut hinausgeht. Deshalb setzt sich NIVEA dafür ein, die Umweltverträglichkeit des gesamten Sortiments kontinuierlich zu verbessern und engagiert sich mit der globalen Sozialinitiative NIVEA CONNECT aktiv im Kampf gegen soziale Isolation.

NIVEA ist für die Haut.

\*Quelle: Euromonitor International Limited; NIVEA als Dachmarke in den Kategorien Körperpflege, Gesichtspflege und Handpflege; gemessen am Einzelhandelsumsatz, 2022.

### Über die Beiersdorf AG

Beiersdorf steht seit über 140 Jahren für innovative Hautpflege und wegweisende Hautforschung. Das Unternehmen mit Sitz in Hamburg beschäftigt weltweit mehr als 22.000 Mitarbeitende. Im Geschäftsjahr 2024 generierte Beiersdorf einen Umsatz von 9,9 Mrd. € und ein operatives Ergebnis (EBIT ohne Sondereffekte) von 1,4 Mrd. €. Führende internationale Marken wie NIVEA – die weltweite Nummer 1 in der Hautpflege\* –, Eucerin, La Prairie und Hansaplast werden von Millionen Menschen rund um den Globus jeden Tag geschätzt. Renommiertere Marken wie Aquaphor, Coppertone und Chantecaille ergänzen das umfassende Portfolio im Unternehmensbereich Consumer. Über die hundertprozentige Tochtergesellschaft tesa SE ist Beiersdorf als einer der weltweit führenden Hersteller technischer Klebebänder und selbstklebender Systemlösungen für Industrie, Gewerbe und Endverbraucher\*innen aktiv. Geleitet vom Purpose „Care Beyond Skin“ verfolgt Beiersdorf eine ambitionierte Nachhaltigkeitsagenda mit dem Ziel, bis 2045 Netto-Null-Emissionen zu erreichen. Ebenso setzt sich das Unternehmen für eine inklusive Gesellschaft ein.

Weitere Informationen finden Sie unter [www.beiersdorf.de](http://www.beiersdorf.de).

\*Quelle: Euromonitor International Limited; NIVEA als Dachmarke in den Kategorien Gesichts-, Körper- und Handpflege; Handelsumsatz 2024.

---

### Rückfragehinweis: NIVEA Press Office Austria

c/o currycom communication partners, Wallnerstraße 1, 1010 Wien, Tel.: +43 1 599 50

Anna Unterweger, BA | +43 67684905034 | [anna.unterweger@currycom.com](mailto:anna.unterweger@currycom.com) |

[nivea@currycom.com](mailto:nivea@currycom.com)

Amanda Narzt, MA | +436768490 24 | [amanda.narzt@currycom.com](mailto:amanda.narzt@currycom.com) | [nivea@currycom.com](mailto:nivea@currycom.com)